



Espanjan matkailun haasteet ja vetovoimatekijät suomalaisten näkökulmasta

Carolina Kabanen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma
Opinnäytetyö
2024

Tiivistelmä

Tekijä(t) Carolina Kabanen
Tutkinto Restonomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Espanjan matkailun haasteet ja vetovoimatekijät suomalaisten näkökulmasta
Sivu- ja liitesivumäärä 47 + 4
<p>Opinnäytetyön toteutus ajoittui syyskuu ja marraskuun 2024 väliselle ajalle. Työ toteutettiin tutkimustyyppisenä opinnäytetyönä. Työn aihe valittiin omasta kiinnostuksesta Espanjaa kohtaan, sekä ajankohtaisuuden vuoksi Espanjan matkailun haasteisiin liittyen. Liikamatkailu on ajankohtainen ja huomattava haaste Espanjassa, jonka vuoksi tutkittiin miten se vaikuttaa maassa ja näkykö se suomalaisten matkailukokemuksissa tai -päätöksissä. Espanja on edelleen myös yksi suosituimmista matkakohteista maailmassa ja suomalaisille, joten tarkoituksena oli selvittää, miksi se on näin. Työn tavoitteena oli vastata kysymyksiin mitkä ovat Espanjan matkailun vetovoimatekijöitä ja haasteena, miten liikamatkailu vaikuttaa Espanjaan. Suomalaisten näkökulmasta tavoitteena oli saada vastaus siihen mitkä tekijät vetävät heitä puoleensa Espanjan matkailussa ja vaikuttaako liikamatkailu Espanjassa heidän matkailuunsa maassa.</p> <p>Työn tietoperustassa määritellään matkailumotiivit, motivaatiotekijät, sekä veto- ja työntövoimatekijät vapaa-ajan matkailuun liittyen, esitellään Espanja matkakohteena ja sen vetovoimatekijät, perehdytään suomalaisten matkailuun yleisesti ja heidän matkailuunsa Espanjassa, määritellään kestävä matkailu ja liikamatkailu, sekä miten kestävä matkailu huomioidaan ja liikamatkailu vaikuttaa Espanjassa.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimusmenetelmällä. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat kaikenikäiset suomalaiset, jotka ovat matkustaneet Espanjaan ja myös he, jotka eivät olleet sinne matkustaneet. Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä käytettiin kyselylomaketta. Kysely toteutettiin Webropol kysely- ja raportointisovelluksen avulla ajalla 22.10.-29.10.2024. Kyselyyn saatiin yhteensä 218 vastaajaa viikon aikana.</p> <p>Tulosten perusteella Espanjassa vetää eniten puoleensa sen ilmasto ja sää, rentoutuminen ja rantaloma. Voidaan siis päätellä, että Espanjaan matkustetaan usein nauttimaan lämmöstä ja rentoutumaan rantaloman merkeissä. Suosituin matkakohde oli Kanariansaaret.</p> <p>Kestävästä matkailusta ollaan tietoisia ja se otetaan huomioon. Tärkeimpiä tapoja miten se otetaan huomioon ovat paikallisten ja ympäristön kunnioittaminen, sekä paikallisten palvelujen ja tuotteiden suosiminen. Liikamatkailu Espanjassa vaikutti matkustuspäätöksiin eniten sen kannalta, että matkustetaan sesonkiaikojen ulkopuolella. Matkustuskokemuksiin liikamatkailu vaikutti kokemuksena siitä, että palvelujen ja/tai majoitusten hinnat ovat nousseet maassa. Tulevaisuutta ajatellen suurin osa aikoo matkustaa Espanjaan jatkossa.</p>
Asiasanat Espanja, matkailu, liikamatkailu, kestävä matkailu, suomalainen matkailija

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tutkimuksen tavoite ja rajaus	1
1.2	Työn rakenne	2
2	Matkailumotiivit.....	3
2.1	Motivaatiotekijät	4
2.2	Veto- ja työntövoimatekijät	6
3	Espanja.....	8
3.1	Espanja matkakohteena	8
3.2	Ilmasto ja sää	9
3.3	Rannat ja luonto.....	9
3.4	Sijainti ja saavutettavuus	11
3.5	Kulttuuri ja nähtävyydet	11
3.6	Ruoka ja juoma	12
4	Suomalaisten matkailu yleisesti ja matkailu Espanjaan	14
5	Kestävä matkailu	16
5.1	Kestävä matkailu Espanjassa.....	18
5.2	Liikamatkailu	18
5.3	Liikamatkailu Espanjassa	19
5.4	Tietoperustan yhteenveto	20
6	Tutkimuksen kuvaus ja toteutus.....	22
6.1	Tutkimusprosessi	22
6.2	Tutkimusmenetelmä ja sen valinta	22
6.3	Kyselylomake	23
6.4	Kyselylomakkeen laatiminen	24
7	Tutkimuksen tulokset	26
7.1	Vastaajien taustatiedot	26
7.2	Milloin Espanjaan matkustetaan ja halutaan matkustaa	28
7.3	Mihin Espanjassa matkustetaan ja halutaan matkustaa	30
7.4	Espanjan matkailun vetovoimatekijät	32
7.5	Kestävän matkailun huomiointi.....	34
7.6	Liikamatkailun vaikutukset suomalaisten matkailuun Espanjassa.....	35
7.7	Espanjaan matkustamisen tulevaisuus ja muut huomiot.....	37
8	Johtopäätökset ja pohdinta	40
8.1	Kehitysehdotukset	41
8.2	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	41

8.3 Oma pohdinta	42
Lähteet	43
Liitteet.....	48
Liite 1. Kyselylomake	48

1 Johdanto

Suomalaiset ovat jo pitkään matkustaneet Espanjaan ja se on edelleen yksi vetovoimaisin matkakohde heille, mutta miksi se on näin. Tässä opinnäytetyössä onkin tarkoitus tutkia suomalaisten matkailua ja Espanjan matkailun vetovoimatekijöitä suomalaisten näkökulmasta. Tärkeimpiä vetovoimatekijöitä oletettavasti ovat ainakin lämmin ja aurinkoinen sää, rannat ja kulttuuri, sekä se että Espanja on monelle suomalaiselle tuttu ja turvallinen matkakohde. Halu tehdä opinnäytetyötä kyseisestä aiheesta lähti omasta kiinnostuksesta Espanjaa kohtaan, joka voimistui entisestään siellä vietetyn opiskelijavaihdon myötä.

Espanja matkailumaana on monipuolinen ja täynnä mahdollisuuksia. On kuitenkin valitettavaa, että liikamatkailusta on tullut maassa mittava ongelma. Tämä osoittaa myös kuinka tärkeää vastuullisuus on jokaisen toiminnassa, esimerkiksi ympäristön ja paikallisten arvostaminen ja huomiointi. Ongelma on huomattavissa erityisesti suosituimmissa matkailukohteissa, kuten Barcelona, Mallorca ja Kanariansaaret. Aiheeni onkin tätä ajatellen ajankohtainen, sillä käsittelem työssäni liikamatkailua ja vaikuttaako se suomalaisten matkailuun Espanjassa. Tämän lisäksi perehdytään kestävään matkailuun, joka liittyy liikamatkailun hillitsemiseen. Työ tuo näkökulmaa siihen ottavatko suomalaiset kestävyuden huomioon matkustaessaan ja miten. Matkailutoimijoille työ voi tuoda ideoita siihen voisiko Espanjaa markkinoida jotenkin paremmin, kun vaan esimerkiksi rantalomakohteena tai sesonkiaikoina. Työ on tutkimustyyppinen opinnäytetyö.

1.1 Tutkimuksen tavoite ja rajaus

Työn aihe rajautuu suomalaisiin matkailijoihin, sillä Espanja on suosittu matkakohde heille ja kyseisen kohderyhmän pystyy tavoittamaan hyvin. Tarkoituksena on käsitellä Espanjan suosituimpia matkakohteita, missä liikamatkailu on ongelmana ja, jonne suomalaisia matkustaa myös eniten.

Työn tavoitteena on tutkia mitkä ovat Espanjan matkailun vetovoimatekijöitä, ja haasteena miten liikamatkailu vaikuttaa maassa. Näiden lisäksi tutkitaan mitkä asiat suomalaisten näkökulmasta tekevät maasta vetovoimaisen matkailukohteen ja vaikuttaako liikamatkailu heidän matkailuunsa Espanjassa.

Tutkimuskysymykset:

TK 1. Mitkä ovat Espanjan matkailun vetovoimatekijöitä?

TK 2. Miten liikamatkailu vaikuttaa Espanjaan?

Alakysymykset:

AK: 1.1. Mitkä asiat tekevät Espanjasta vetovoimaisen matkakohteen suomalaisille?

AK: 2.1. Vaikuttaako liikamatkailu suomalaisten matkailuun Espanjassa?

1.2 Työn rakenne

Opinnäytetyössä on seitsemän päälukua. Ensimmäisen johdantoluvun jälkeen, toisessa luvussa käsitellään matkailumotiiveja, motivaatiotekijöitä, sekä matkailun veto- ja työntövoimatekijöitä. Kolmannessa luvussa kerrotaan Espanjasta yleisesti ja matkakohteena, sekä sen vetovoimatekijöistä. Neljännessä luvussa perehdytään suomalaisten matkailuun yleisesti ja heidän matkailuunsa Espanjassa. Viidennessä luvussa käsitellään kestävä matkailua yleisesti ja kestävä matkailua Espanjassa, sekä liikamatkailua ja sen vaikutuksia Espanjassa.

Empiirisessä eli tutkimuksellisessa osassa käydään luvussa kuusi läpi tutkimuksen kuvaus ja miten tutkimus on toteutettu. Luvussa seitsemän käsitellään tutkimuksen tuloksia. Lopuksi luvussa kahdeksan käydään läpi johtopäätökset, tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus, kehitysehdotukset, sekä omaa pohdintaa liittyen opinnäytetyöhön.

2 Matkailumotiivit

Tässä luvussa matkailumotiiveja, motivaatiotekijöitä, sekä matkailun veto- ja työntövoimatekijöitä käsitellään vapaa-ajan matkailuun liittyen. Motiivilla tarkoitetaan syytä, miksi joku tekee jonkun asian ja motivaatio on siihen liittyvä prosessi, joka auttaa toteuttamaan kyseisen asian (Rodriquez 8.11.2023).

Matkailumotiivit ovat perustavia psykologisia syitä siihen miksi ihminen matkustaa. Matkailumotiivit peilaavat ihmisen tarpeita, joita voi olla vaikeampaa ymmärtää, kun esimerkiksi sitä mikä on matkan tarkoitus. Motiivit selittävätkin sitä miksi me haluamme matkustaa kyseistä matkan tarkoitusta varten. Esimerkiksi ihminen, joka on matkustanut maailman ympäri ja ihminen, joka matkustaa ensimmäistä kertaa, heidän matkailumotiivinsa usein eroavat toisistaan. (Travel & Climate s.a.)

Matkailumotiiveja voidaan esimerkiksi tarkastella Maslowin tarvehierarkian (1943) avulla. Maslowin tarvehierarkia kuvaa ihmisten tarpeiden tyydyttämistä ja niiden järjestystä eli kun yksi tasoista on tyydytetty, siirtyy motivaatio seuraavaan tason tyydyttämiseen, ja siitä edelleen samalla kaavalla. Maslowin mukaan tarpeiden täyttämisen järjestys voi kuitenkin olla ihmisillä poikkeavaa, esimerkiksi jollekin ihmiselle itsensä arvostaminen ja toteuttaminen voi olla tärkeämpää kuin rakkauden tarve. Maslowin tarvehierarkian viisi tasoa ovat fyysiset tarpeet, turvallisuuden tarpeet, sosiaaliset tarpeet, arvostuksen tarpeet ja itsensä toteuttamisen tarpeet. (McLeod 24.1.2024.)



Kuva 1. Maslowin tarvehierarkia (mukaillen McLeod 24.1.2024)

Fyysisiin tarpeisiin kuuluu ihmisen perustarpeet elämässä selviämiseen. Fyysisiä tarpeita ovat esimerkiksi ruoka, vesi ja nukkuminen. Turvallisuuden tarpeita ovat tunne turvallisuudesta ja vakaudesta. Sosiaalisin tarpeisiin kuuluu yhteenkuuluvuudentunne, rakkauden antaminen ja vastaanottaminen. Arvostuksen tarpeita ovat itsensä arvostaminen ja arvostuksen saaminen toisilta. Itsensä toteuttamisen tarpeessa ihminen ymmärtää oman potentiaalinsa, sekä pyrkii toteuttamaan ja kehittämään itseään. (McLeod 24.1.2024.)

Maslowin tarvehierarkia pätee paljolti ihmisten matkailuun, mikäli matkakohteessa ei ole sopivaa majoitusta, eikä ruokaa ja juotavaa kyseiseen kohteeseen ei matkusteta. Ajatellen turvallisuuden tarvetta tärkeitä kysymyksiä ovat usein onko minulla varaa matkustaa kohteeseen ja onko kohde turvallinen. Yleensä ei haluta matkustaa kohteeseen, joka ei ole turvallinen tai jossa kustannustaso on oman maksukyvyyn ulkopuolella. Matkustamiseen ei aina tarvita tai haluta jotakuta, jonka kanssa matkustaa. Usein on kuitenkin tärkeä tietää, että ehkä matkan aikana on mahdollista tutustua muihin tai että on ainakin huolehtiva yhteisö kotona. Lisäksi on tärkeää, että ihmisellä on tervetullut olo matkakohteessa, mikäli näin ei ole, kohteeseen ei oletettavasti matkusteta uudelleen. Erilaiset matkailijat haluavat erilaisia asioita matkaltaan, mutta kaikki haluavat kuitenkin tuntea olonsa tyydytetyksi ja tyytyväiseksi. Lopullinen tavoite on tuntea, että on toteuttanut itseään matkan avulla, joka tapahtuu, kun kaikki muut tarpeet on tyydytetty. (Tourism Teacher 11.2.2023.)

Vapaa-ajan matkailu voi myös olla yksi tapa tyydyttää tarpeita, vaikka emme välttämättä itse edes ajattele asiaa sen tarkemmin. Jotkut meistä matkustavat esimerkiksi joka vuosi samaan matkakohteeseen, joka kertoo halusta tyydyttää tarpeen turvallisuudesta ja varmuudesta, palaamalla kohteeseen, joka on jo kokeiltu ja testattu. (Holloway & Humhreys 2019, 59.) Vapaa-ajan matkailuun liittyy vapaus valita miten käyttää aikansa ja rahansa, joka juontaa juurensa ihmisen tarpeesta hyvinvointiin ja tyytyväisyyteen elämässä. Myös tarve luoda ja vahvistaa ihmissuhteita vaikuttavat ihmisen motiiveihin matkustaa näkemään esimerkiksi perhettä tai luomaan uusia ystävyysuhteita. Motiivit vaikuttavat usein myös matkakohteen valintaan, sillä ihmisen odotuksena voi olla, että tietty kohde täyttää hänen motiivinsa ja tarpeen esimerkiksi päästä pois arkielämän paineista. (Pizam & Wang 2011, 40.)

2.1 Motivaatiotekijät

Motivaatio matkailussa auttaa ymmärtämään sitä, miksi ihmiset matkustavat tai miksi he eivät matkusta, mitä he tekevät matkalla ja miksi he tekevät tiettyjä valintoja. Motivaatiotekijät voivat olla ulkoisia tai sisäisiä. Ulkoinen motivaatio kumpuaa ihmisen ympäristöstä ja sisäinen motivaatio tulee ihmisestä itsestään. (Rajala & Isojärvi 1.6.2017.)

Yleisiä tekijöitä, jotka usein motivoivat kaikkia matkailijoita ovat uusien asioiden etsiminen ja kokeminen, pakeneminen omasta jokapäiväisestä ympäristöstä ja arjesta, ihmissuhteet ja itsensä kehittäminen (Travel & Climate s.a.). Motivaatio on kuitenkin monimutkainen kokonaisuus, sillä siinä on monia tekijöitä ja ne vaihtelevat ihmisen mukaan. Hornerin ja Swarbrooken mukaan nämä tekijät liittyvät ihmisen persoonallisuuteen ja elämäntapaan, aikaisempiin kokemuksiin, kenen kanssa he matkustavat, demograafisiin ominaisuuksiin ja kuinka ajoissa he varaavat matkan. Esimerkiksi nuoret usein etsivät matkaltaan uusia kokemuksia ja seikkailua, kun taas vanhemmat ihmiset etsivät rauhallisempaa tekemistä ja nostalgiaa. (Horner & Swarbrooke 2007, 58, 61.)

McIntosh, Goeldner ja Ritchie (1995) luokittelivat motivaatiotekijät neljään kategoriaan, joita ovat fyysiset motivaatiotekijät, kulttuuriset motivaatiotekijät, ihmistenväliset motivaatiotekijät, sekä maineen ja aseman motivaatiotekijät (Fletcher, Fyall, Gilbert & Wanhill 2017). Kuvassa 2 on luokiteltu tarkemmin mitä asioita kyseisiin motivaatiotekijöihin kuuluu.

<p>Fyysiset motivaattorit:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kehon virkistäminen Stressin vähentäminen Fyysisen hyvinvoinnin parantaminen Kuntoilu Hauskanpito ja nautinto 	<p>Kulttuuriset motivaattorit:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kiinnostus eri maita ja ihmisiä kohtaan Kiinnostus historiaa ja kulttuuria kohtaan Tapahtumiin osallistuminen Tutustuminen paikalliseen musiikkiin, elämäntapaan, perinteisiin, taiteeseen jne.
<p>Ihmistenväliset motivaattorit:</p> <ul style="list-style-type: none"> Suhteiden ylläpito ja parantaminen ystävien ja perheen kanssa Uusien kavereiden saaminen Pakeneminen omasta rutiinomaisesta ympäristöstä 	<p>Maineen ja aseman motivaattorit:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tunnustuksen saaminen muilta Harrastukset Opiskelu ja itsensä kehittäminen

Kuva 2. Motivaatiotekijät matkailussa (mukaillen Holloway & Humphreys 2019, 63)

Tyypillinen rantalomamatka, joka täyttää tärkeimpänä fyysiset motivaatiotekijät rentoutumisesta ja nautinnosta on yksi suosituimmista lomamatkamuuodoista. Ihmiset jotka, matkustavat yksin pyrkivät taas löytämään mahdollisuuksia tavata uusia ihmisiä, joka täyttää ihmistenvälisiä motivaatiotekijöitä. Matkailija valitsee vaihtoehdon todennäköisemmin, jos pakettimatka tai tietty matkakohde pystyy tarjoamaan tämän etsimiä hyötyjä, jotka täyttävät hänen tarpeensa ja halunsa. (Holloway & Humphreys 2019, 62–63.)

2.2 Veto- ja työntövoimatekijät

Vetovoimatekijöitä matkailussa ovat matkakohteen ominaisuudet, jotka vetävät matkailijoita puoleensa. Työntövoimatekijät liittyvät matkailijan tarpeisiin ja vaikutteisiin, jotka saavat matkailijan liikkeelle. (Pizam & Wang 2011, 44.) Veto- ja työntövoimaan vaikuttavat tekijät voivat olla taloudellisia: taloudellinen vakaus ja kasvu, sosiologisia: kulttuuri ja trendit, demograafisia: ikä ja sukupuoli, poliittisia: viisumisäännökset ja turvatoimet, sekä maantieteellisiä: sää ja luonto (Fletcher ym. 2017; Makos 26.6.2024).

Vetovoimatekijät voivat auttaa matkailijaa valitsemaan kohteen, joka parhaiten vastaa hänen motivaatiotaan. Asia voi kuitenkin olla myös toisinpäin, että jokin vetovoimatekijä esimerkiksi suosittu tapahtuma luo ihmiselle motivaation matkustaa, vaikka muuten matkakohteeseen matkustamista ei olisi harkittu. Joillekin matkailijoille taas suosittu tapahtuma matkakohteessa saattaa vaikuttaa kielteisesti matkustamiseen, esimerkiksi hintojen nousun ja suurien ihmisjoukkojen vuoksi. (Holloway & Humphreys 2019, 62.) Kohteen etäisyys, sekä siihen liittyen matkan aika ja hinta vaikuttavat kohteen vetovoimaisuuteen ja ihmisten matkustushalukkuuteen. Moniin matkakohteisiin matkailijoita saapuukin eniten naapurimaista, sillä matkustus vie vähemmän aikaa ja voi olla halvempaa. (Fletcher ym. 2017.) Kuvassa 3 on esimerkkejä mahdollisista veto- ja työntövoimatekijöistä matkailussa.

Vetovoimatekijät:	Työntövoimatekijät:
Nähtävyyksien monipuolisuus	Pakeneminen jokapäiväisestä elinympäristöstä
Palvelujen ja tuotteiden laatu ja saatavuus	Rentoutuminen
Erilaiset tapahtumat	Ajanvietto perheen kanssa ja perhesiteiden vahvistaminen
Infrastruktuuri ja saavutettavuus	Sosiaalinen kanssakäynti
Hyvät sääolosuhteet	Rakkaus
Positiivinen kuva matkakohteesta	Mahdollisuus oppia ja kehittyä
	Itsensä täydentäminen ja löytäminen
	Toiveiden ja tavoitteiden toteuttaminen
	Shoppailu

Kuva 3. Esimerkkejä matkailun veto- ja työntövoimatekijöistä (mukaillen Holloway & Humphreys 2019, 61–62)

Matkailumotiivit, motivaatiotekijä, sekä veto- ja työntövoimatekijät ovat kaikki vuorovaikutuksessa keskenään ja vaikuttavat siihen mitä ihminen haluaa tai tarvitsee matkaltaan ja matkakohteeltaan. Matkailu täyttää ihmisillä samantapaisia tarpeita, mutta ihmiset motivoituvat usein eri tavalla riippuen muun muassa persoonallisuudesta, kokemuksista ja elämäntilanteesta. Seuraavassa luvussa käsitellään Espanjaa yleisesti ja matkakohteena, sekä sen vetovoimatekijöitä.

3 Espanja

Espanja on yhtenäisvaltio Euroopassa, jossa on seitsemätoista itsehallintoaluetta ja kaksi autonomista kaupunkia Ceuta ja Melilla. Espanjan pääkaupunki on Madrid. Espanjan väkiluku oli noin 48,6 miljoonaa vuonna 2024. Espanjan virallinen kieli on Espanja. (European Unioni s.a.) Muita puhuttuja virallisia kieliä ovat katalaani, baski, galician ja valencian kieli (Spain.info s.a.).

3.1 Espanja matkakohteena

Matkakohteella tarkoitetaan fyysistä paikkaa, jolla voi olla tai ei ole hallinnollisia rajoja ja, jossa kävijä voi viettää yön. Matkakohde tarjoaa tuotteita ja palveluja, sekä aktiviteetteja ja kokemuksia. (UN Tourism s.a.) Matkakohteen valinnassa tärkeäksi osoittautuu millaisen kuvan matkakohde antaa itsestään ja millainen kuva matkailijalla on matkakohteesta (Fletcher ym. 2017).

Espanjan markkinointi matkakohteena on muuttunut vuosikymmenten aikana. 1910-luvulla maata markkinoitiin ”Aurinkoinen Espanja” sloganilla, joka houkutteli turisteja sään ja rantojen takia. 1920-luvun lopulla Espanja esitettiin ”romantiikan maana”. Tämän jälkeen 1950-luvun loppupuolella korostettiin maan historiaa ja kulttuuria. 1960-luvulla ja sen jälkeen Espanjaa alettiin markkinoimaan monipuolisena ja erilaisena matkakohteena, joka on tunnettua myös nykypäivänä. Tästä eteenpäin siirryttiin kulttuurin korostamisesta taas aurinko- ja rantamatkailun korostamiseen. Maan markkinoinnista haluttiin kuitenkin tehdä monipuolisempaa, josta keksittiin slogan ”Kaikkea auringon alla”. Espanjaa haluttiin tästä eteenpäin markkinoida maana, jossa on kaikenlaista matkailua. 1990-luvun lopulla Espanjaa haluttiin tarkemmin markkinoida kohteena, jossa on monipuolisesti kaikkea kaikkina vuodenaikoina. Tarkoituksena oli välttää kuva Espanjasta pelkkänä aurinko ja ranta kohteena, sillä ei haluttu matkailijoiden lisääntyvän vaan laadukkaampaa matkailua kaikkialla maassa. 2000-luvulla Espanjaa alettiin markkinoimaan erikoisena matkakohteena täynnä mahdollisuuksia. Maasta haluttiin johtava, laadukas ja muista eroava matkakohde. 2010-luvulla haluttiin tuoda esille paikallisuutta ja ei vaan myydä kohdetta vaan myös tunteita, joita Espanja matkakohteena voi herättää. (Lasarte 2012, 220–232.)

Nykyään Espanja on yksi suosituimmista loma ja vapaa-ajan matkakohteista maailmassa. Sen suosio johtuu muun muassa monenlaisista matkailun resursseista ja vetovoimatekijöistä. (Spain Convention Bureau s.a.) Espanjan suosituimpia matkakohteita itsehallintoalueiden mukaan ovat Kanariansaaret, Katalonia, Valencia, Andalusia, Baleaarit ja Madrid (Instituto Nacional de Estadística 2024).



Kuva 4. Espanjan hallintoalueet matkakohteina (Euroopan lentokentät 15.9.2019)

Espanjan virallinen matkailusivusto on listannut kymmenen syytä, joiden takia maahan kannattaa matkustaa. Näitä syitä ovat ilmasto, ruoka ja juoma, tapahtumat, kulttuuri, maisemat, vieraanvaraisuus, shoppailu, urheilu, hyvinvointi ja maan monipuolisuus. Espanjasta erikoisen matkakohteen tekeekin sen monipuoliset ominaisuudet, joita voi kokea ympäri maata. Espanjalla on tarjota jokaiselle jotakin. Suosituimpia kaupunkeja matkailusivuston mukaan ovat Valencia, Malaga, Madrid, Zaragoza, Bilbao, Barcelona, Baleaarit, Santander, Santiago de Compostela, Salamanca, Caceres, Sevilla ja Kanariansaaret. (Spain.info s.a.)

3.2 Ilmasto ja sää

Espanjaan matkustetaan ympäri vuoden erityisesti sen suotuisan sään vuoksi. Maan sää vaihtelee eri alueilla ja se voidaan jakaa kolmeen eri ilmastovyöhykkeeseen. Etelässä on välimerellinen ilmasto, joka tarkoittaa kuumia kesiä ja leutoja talvia, kyseinen sää houkuttelee eniten matkailijoita Espanjaan, mukaan lukien suomalaisia. Keski-Espanjassa eli sisämaassa kesät ovat kuumia ja talvet kylmempiä. Espanjan pohjois- ja luoteisosassa sää voi olla vaihtelevampaa siellä vallitsevan meriilmaston vuoksi, mutta yleisesti talvet ovat kylmiä ja sateisia ja kesät lämpimiä. Epävakaata säää saattaa karkottaa matkailijoita pois, vaikka pohjois- ja luoteis-Espanjassakin on esimerkiksi kauniita rantoja ja muuta koettavaa. Espanjan saarilla Baleaareilla vallitsee myös välimerellinen ilmasto ja Kanariansaarilla lämmintä säää riittää ympäri vuoden, mikä tekee molemmista mieluisia matkakohteita jokaisena vuodenaikana. (Hietala 28.9.2023.)

3.3 Rannat ja luonto

Espanjassa on melkein 8000 kilometriä rannikkoa, jossa matkailijat voivat nauttia kauniista rannoista, pienistä kalastajakylistä ja suurista rannikkokaupungeista. Maa onkin suosittu

rannoistaan ja niitä ympäröivistä kauniista maisemista ja luonnosta. Espanjassa on kohteita, jossa voi nauttia rantalomasta ympäri vuoden, kuten Costa del Sol, Costa Blanca ja Kanariansaaret. Nämä rannat ovat myös suosituimpia matkailijoiden joukossa. (Spain.info s.a.) Costa del Sol ja Kanariansaaret ovat erityisesti suosittuja myös suomalaisten joukossa.



Kuva 5. Costa del Sol (Aurinkomatkat s.a.)

Espanjan luonto on hyvin monimuotoista riippuen alueista ja tarjoaa paljon koettavaa vuoristoista, metsistä, järvistä ja laaksoista tulivuoriin. Eri puolilta maata löytyy muun muassa kansallispuistoja, joista suosituin on Teide kansallispuisto Teneriffalla. Yksi suosituista luontokohteista Espanjassa on Caminito del Rey vaellusreitti, joka sijaitsee Malagassa. Vaellusreitti on myös yksi suomalaisten kestopuosikeista. Lisäksi ajatellen aktiviteetteja on Espanjassa oivat mahdollisuudet esimerkiksi ulkoiluun, retkeilyyn, vaellukseen, sekä pyöräilyyn erilaisissa luonnon maisemissa ja ympäristöissä. (Spain.info s.a.; Espanja.com 17.6.2023.)



Kuva 6. Caminito del Rey (Spain.info s.a.)

Ympäristön kestävyyttä ajatellen on Espanjan luontoa mahdollista kokea ympäristöystävällisten ja kestävien aktiviteettien kautta. Esimerkiksi vanhoista rautateistä on tehty uudelleen kävely- ja pyöräilyreitit luonnon palauttamiseksi ja siitä nauttimiseen. Suurin osa Espanjan rannoista on

saanut sinisen lipun, joka tarkoittaa, että ne täyttävät ympäristövaatimukset. Niitä ovat ympäristön huomiointi, henkilöstön koulutus, turvallisuus, esteettömyys ja puhtaus. (Spain.info s.a.)

3.4 Sijainti ja saavutettavuus

Espanja on hyvin saavutettavissa teitse, vesitse ja lentäen, riippuen mistäpäin maahan matkustaa ja kuinka nopeasti haluaa päästä perille. Espanjan lentoliikenne on hyvin vilkasta ja sinne saapuu paljon kansainvälisiä lentoja, mikä tekee maasta lentäen helpoiten saavutettavan. Espanjaan saapuu myös laivoja ja risteilyaluksia, ja esimerkiksi rautateitse hyvät yhteydet Espanjan kaupunkien välillä ja myös muihin Euroopan maihin tekee maasta hyvin saavutettavan. (Richardson & Viguera 13.10.2024.)

Suomesta Espanjaan pääsee helposti ympäri vuoden ja matkustusvaihtoehtoina on muun muassa halpalentoja, pakettimatkoja tai omatoimimatkailua. Espanja onkin suomalaisille yksi Euroopan helppoimmista matkakohteista. Useat lentoreitit liikennöivät Espanjaan ympäri vuoden, esimerkiksi suomalaisten suosimaan Mallorcaa pääsee suoralla lennolla jokaisena vuodenaikana. (Hietala 6.3.2024.)

3.5 Kulttuuri ja nähtävyydet

Siesta on monelle tuttu Espanjan tapakulttuurista. Siesta tarkoittaa usein pitkää taukoa iltapäivän aikaan, jolloin monet paikat ovat kiinni ja Espanjan kadut hiljenevät, kunnes illalla paikat avataan taas uudelleen. (Richardson & Viguera 13.10.2024.) Suomalaisille espanjalaisten päivärytmi saattaa tuottaa hieman totuttelua, sillä Suomessa esimerkiksi ruokaillessa lounas ja päivällinen syödään aikaisemmin, ja paikat ovat auki koko päivän (Hietala 6.3.2024).

Suosituimpia nähtävyyksiä Espanjassa ovat Rantapallo sivuston mukaan muun muassa Alhambra palatsi Granadassa, Sagrada Familia kirkko Barcelonassa, Palacio Real kuninkaanlinna Madridissa, Guellin puisto Barcelonassa ja Prado museo Madridissa (Venejärvi 3.8.2023). Sagrada Familia kirkko on Espanjan nähtävyyksistä kaikista suosituin, muun muassa sen kulttuurisen merkityksen ja erikoisen arkkitehtuurin vuoksi (Spain.info s.a.).



Kuva 7. Sagrada Familia (Kabanen 2023)

Aikakaudet ja moninaiset kulttuurit ovat jättäneet jälkensä Espanjaan, mukaan lukien sen kulttuuriseen ja taiteelliseen perintöön, joka kiehtoo ja vetää puoleensa monia matkailijoita. Espanja on maa, jossa on viidenneksi eniten Unesco perintökohteita. Espanjasta voi löytää kuuluisia Picasson, Dalin ja Gaudin mestariteoksia, muun muassa Pradon museosta Madridissa. Flamenco on myös yksi tunnetuista taiteen muodoista Espanjassa, jonka juuret ovat Andalusiassa. Flamencossa yhdistyvät laulu, tanssi ja musiikillinen säestys. Kaiken lisäksi Espanjassa on paljon erilaisia festivaaleja, juhlia ja traditioita liittyen erilaisiin kulttuurimuotoihin, kuten musiikkiin ja taiteeseen. (Spain.info s.a.)

3.6 Ruoka ja juoma

Espanjalainen ruoka on tunnettua maailmalla ja se on täynnä makuja ja traditioita, jotka tekevät siitä myös erikoista ja monipuolista, sillä eri alueilla on eri ruokavaihtoehtoja. Tärkeimpiä raaka-aineita ovat muun muassa oliiviöljy ja ilmakeivattu kinkku, lisäksi Espanja on tunnettu myös viineistään. Maan vallikortteja ovatkin esimerkiksi erilaiset viinireitit ja viinimaistelut, jotka ovat kiinnostavia matkailijoille. Tunnetuin Espanja on tapaksistaan. Tapakset ovat pieniä annoksia niin sanotusti pikkupurtavia, joita yleensä syödään oluen tai viinin kanssa, tai ennen pääruokaa. Suosituimpia tapaksia ovat muun muassa pincho de tortilla, patatas bravas, juustot, oliivit, calamari ja croquetas. (Spain.info s.a.) Espanjassa ruoka ja juoma ovat hintatasoltaan kohtuullisempia ja esimerkiksi ravintolassa syöminen on halvempaa kuin Suomessa (Hietala & Khanji 29.9.2024).



Kuva 8. Espanjalaisia tapaksia (Kabanen 2023)

Matkailu on tärkeä ala Espanjassa ja tekijä, joka vetää puoleensa eri syistä. Espanja on suosittu erityisesti sen ilmaston, kulttuurin ja rantojen takia. Moni löytää Espanjasta tekemistä ja nähtävää oli sitten nuorempi tai vanhempi. Seuraavassa luvussa perehdytään suomalaisten matkailuun yleisesti ja heidän matkailuunsa Espanjassa.

4 Suomalaisen matkailu yleisesti ja matkailu Espanjaan

Suomalainen etsii usein matkaltaan lämpöä ja rentoutumista, mutta myös paikallinen elämä ja kulttuuri kiinnostaa. Aurinkomatkat on tehnyt trendikyselyn millaiset matkailutrendit suomalaisia kiinnostavat vuonna 2024. (Finnair 12.1.2024.) Trendeillä tarkoitetaan muutoksia tai suuntauksia, jotka vaikuttavat yksilöiden, yhteiskunnan tai toimialan käyttäytymiseen tai asenteisiin tietyllä ajanjaksolla (Dagmar s.a.).

Aurinkomatkojen trendikyselyssä tuli esille, että suomalaisia kiinnostaa matkailu yhä enemmän sesongin ulkopuolella, muun muassa pienempien ihmisjoukkojen, rauhallisuuden ja halvempien matkojen vuoksi. Halutaan myös kokea enemmän paikallista kulttuuria, tutustua paikallisiin ihmisiin ja kohteen historiaan, eikä vain loikoilla omassa lomakohteessa. Nykypäivänä suosittujen hyvinvointia lisäävien elämys ja aktiiviteetti lomien kiinnostus näkyy myös suomalaisten joukossa, jotta voidaan kokea uutta ja ylläpitää omaa hyvinvointia. Moni haluaisi kokea useamman kohteen yhden loman aikana, jotta lomasta voisi saada enemmän irti. Monet ovat myös kiinnostuneita hitaammasta matkailusta eli halutaan tehdä pidempiä matkoja harvemmin, jotta kohteessa voidaan viettää enemmän aikaa ja aidosti tutustua paikalliseen elämään ja kulttuuriin. (Finnair 12.1.2024.)

Visa Global Travel Intentions 2023 tutkimus antaa myös ymmärrystä siitä, miten suomalaiset suhtautuvat matkustamiseen. Vuonna 2023 suomalaiset ovat tehneet kaksi vapaa-ajan matkaa henkilöä kohden, jotka ovat kestäneet noin viikon. Tärkeimpiä suomalaisten matkailumotiiveja ovat rentoutuminen, ostokset ja tutkimusmatkailu. Trendinä korostui kestävä kehitys eli noin kaksi kolmasosaa suomalaisista matkailijoista on tietoinen kestävä kehityksen mukaisesta matkailusta ja joka kolmannes etsii aktiivisesti myös ympäristöystävällisiä matkustusvaihtoehtoja. (Visa 29.9.2023.)

Suomalaisten matkustaessa Espanjaan hakevat he usein matkaltaan aurinkoa ja rantoja tai mielenkiintoista kaupunkikohdetta (Venejärvi 3.8.2023). Rantapallon tämän vuoden tekemän kyselyn mukaan suomalaisten suosikkikohteita Espanjassa olivat Mallorca, Barcelona ja Costa del Sol. Kyselyssä tuli myös ilmi mistä espanjalaisista matkakohteista suomalaiset haluaisivat tietää enemmän, niitä olivat Menorca, Granada ja San Sebastian. (Rantapallo 10.9.2024.)

Matkailutilastoja tutkimalla voidaan päätellä, että Espanja on edelleen yksi suomalaisten vapaa-ajan matkailun suosikkikohteista, sillä verraten muihin maihin on matkoja Espanjaan tehty kaikista eniten (Tilastokeskus 2024). Suomen matkailualan liiton tilastojen mukaan suomalaiset ovat tehneet vuonna 2023 pakettimatkoja toiseksi eniten Espanjaan ja suurin osa näistä matkapaketeista on suuntautunut Kanarian saarille (Suomen Matkailualan Liitto ry 11.1.2024).

Costa del Solissa eli suomalaisittain Aurinkorannikolla voi törmätä matkallaan useampaankin suomalaiseen. Moni suomalainen pakenee sinne muun muassa Suomen kylmää säätä. Esimerkiksi Fuengirolassa voi löytää suomalaisia kahviloita, ravintoloita ja baareja. Helsingin sanomien artikkelista voidaan päätellä, että useita suomalaisia Espanjassa vetää ainakin puoleensa sen ilmasto, kulttuuri, sekä erilainen ilmapiiri ja rauhallisempi elämäntapa. (Kalin 28.9.2024.)

Usealle suomalaiselle matkailussa tärkeää on rentoutuminen, lämpö ja paikallisuus. Erityisesti lämpöä haetaan, sillä suomalainen ilmasto on kylmempi. Espanjan suosioon suomalaisten joukossa vaikuttavat erityisesti maan ilmasto, kulttuuri ja rennompia elämäntapa. Voidaan olettaa tämänhetkisen suosion mukaan, että Espanja tulee olemaan jatkossakin suomalaisille suosittu matkakohde. Seuraavassa luvussa perehdytään kestävään matkailuun ja liikamatkailuun, sekä näiden huomiointia ja vaikutuksia Espanjassa.

5 Kestävä matkailu

Kestävä matkailulla viitataan kestäviin käytäntöihin matkailualalla ja matkailualan puolesta. Sen tarkoituksena on tiedostaa kaikki matkailun vaikutukset, niin positiiviset kuin negatiiviset. Tavoitteena on minimoida negatiiviset vaikutukset ja maksimoida positiiviset. Negatiivisia vaikutuksia ovat muun muassa epävakaa ja epäeettinen talous, ympäristön vahingoittuminen ja ylikansoitus. Positiivisia vaikutuksia ovat muun muassa työpaikkojen luominen, kulttuuriperinnön säilyttäminen, luonnon elämistön ja kasviston suojelu ja maisemien säilyttäminen. World Tourism Organization on määritellyt kestävän matkailun näin: Matkailu, joka ottaa täyden vastuun tämänhetkisistä ja tulevista taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristöllisistä vaikutuksista, ottaa huomioon vierailijoiden, teollisuuden, ympäristön ja paikallisten tarpeet. Jotta matkailun kestävyys olisi pitkäaikaista tulee ympäristöllisten, taloudellisten ja sosiokulttuuristen tekijöiden olla sopivassa tasapainossa keskenään. (Global Sustainable Tourism Council s.a.)

Kestävän matkailun periaatteina ympäristöä ajatellen ovat ympäristöressurssien optimaalinen hyödyntäminen, ekologisten käytäntöjen ylläpito, sekä luonnonperinnön ja biologisen monimuotoisuuden säilyttäminen. Sosiokulttuurisuutta ajatellen on tärkeää kunnioittaa paikallisten kulttuurien aitoutta, säilyttää niiden perinnöt ja arvot, sekä edistää kulttuurien välistä ymmärrystä ja suvaitsevaisuutta. Taloudellisuuden kannalta on varmistettava eettinen ja pitkäaikainen toiminta, joka tarjoaa kaikille sidosryhmille oikeudenmukaisesti etuja, kuten vakaat työllisyys- ja tulonhankintamahdollisuudet. Kestävän matkailun kehittäminen vaatii yhteistyötä kaikilta asiaankuuluvilta toimijoilta ja jatkuvaa valvontaa, sekä uusien periaatteiden tai toimintojen kehittämistä, mikäli niille on tarvetta. On myös tärkeää, että matkailijoiden tietoisuutta lisätään kestävään kehitykseen liittyvissä kysymyksissä ja sitä edistäviä matkailukäytäntöjä kohtaan. (UN Tourism s.a.) Kuvassa 9 on tarkemmin listattu kestävän matkailun tavoitteita ja sen kehityksen tuomia mahdollisuuksia.

Kestävän matkailun tavoitteet	Kestävän matkailukehityksen mahdollisuudet
Ympäristön laadun ylläpitäminen	Luonnon- ja kulttuuriperinnön arvostaminen ja suojele
Kohdealueiden yhteisöjen elämänlaadun parantaminen	Toimeentuloa ja työpaikkoja kohdealueiden yhteisöille
Tiedon ja tietoisuuden lisääminen matkailun vaikutuksista	Kohdealueiden elinkeinon monipuolistaminen ja paikallistuotannon edistäminen tukemalla paikallisia ja perinteisiä elinkeinoja
Korkeatasoisen matkailukokemuksien luominen	Saadaan kohdealueelle ulkopuolista valuuttaa ja pääomaa
Tasa-arvon ja kehityksen edistäminen	Otetaan paikallisyhteisöjä mukaan aluekehittämiseen ja -talouteen Vähemmistöryhmien, kuten naisten, nuorien, kouluttamattomien ja etnisten vähemmistöjen työmahdollisuudet Kohdealueen perusinfrastruktuurin kehittäminen Hyvinvoinnin lisääminen luomalla/ylläpitämällä kohdealueella palveluita, jotka eivät olisi kannattavia/mahdollisia ilman matkailua Tutkimuksen lisääminen matkailun myönteisistä ja kielteisistä vaikutuksista ja niiden jakautumisesta

Kuva 9. Kestävän matkailun tavoitteet ja mahdollisuudet (Mukaiillen Edelheim & Ilola 2017, 237)

Visit Finland on julkaissut kestävän matkailun periaatteet eri toimijoiden kanssa ottaen huomioon myös kansainvälisessä keskustelussa esiin tulleet linjaukset. Tarkoituksena on edistää kestävämpiä valintoja ja toimia. Kestävän matkailun kymmenen periaatetta ovat:

1. Teemme reilua yhteistyötä
2. Huolehdimme luonnosta
3. Kunnioitamme kulttuuriperintöä
4. Edistämme hyvinvointia, ihmisoikeuksia ja tasa-arvoa
5. Suosimme paikallista
6. Panostamme turvallisuuteen ja laatuun
7. Huomiomme ilmastovaikutukset
8. Viestimme avoimesti
9. Kehitämme jatkuvasti yritystoimintaamme
10. Sitoudumme kestävän matkailun periaatteisiin

Allekirjoittamalla nämä kestävän matkailun periaatteet, sitoudutaan työskentelemään kestävämmän matkailun puolesta Suomessa. (Visit Finland s.a.)

5.1 Kestävä matkailu Espanjassa

Espanja pyrkii edistämään kestävä matkailua erilaisin keinoin. Monet yritykset ja hallinnot muun muassa edistävät kestävä matkailua ja matkailua, joka kunnioittaa ympäristön, kulttuurin ja talouden resursseja. Ympäri Espanjaa löytyy muun muassa paljon elämyksiä ja kohteita, jotka on tunnustettu vastuullisen matkailun instituutin ja Espanjan ekomatkailu yhdistyksen puolesta. (Turespana s.a.)

Espanjan matkailuministeriö on yhtenä keinona laatinut kestävä matkailun strategian 2030. Strategian avulla pyritään vastaamaan matkailualan haasteisiin ja edistämään kestävä kehitystä tekemällä yhteistyötä asiaankuuluvien ja tärkeiden toimijoiden kanssa. Strategian tavoitteena on muuttaa Espanjan matkailu kestävämmäksi, jotta maa voi säilyttää asemansa johtavana matkailualan toimijana. Tarkoituksena on parantaa alan kilpailukykyä ja kannattavuutta, ylläpitää luonnollisia ja kulttuurisia arvoja kohteissa, sekä jakaa matkailun hyödyt ja rasitteet oikeudenmukaisesti. Espanjan kestävä matkailun strategian kasvun ja kehityksen periaatteina ovat kestävä talouskumppanuus, luonnon- ja kulttuuriperintöjen säilyttäminen, sosiaaliset hyödyt, osallistuminen ja hallinnon tukeminen, jatkuva sopeutuminen ja johtavan roolin vahvistaminen matkailualalla. (Ministerio de Industria y Turismo s.a.)

5.2 Liikamatkailu

Liikamatkailulla tarkoitetaan ilmiötä, jossa ihmisiä on liian paljon yhdessä paikassa samaan aikaan. Vaikka tietty määrä ei ole määritelty paljon yhdessä matkakohteessa voi olla samaan aikaan ihmisiä, määrittävät kuitenkin taloudelliset, sosiokulttuuriset ja ympäristölliset tekijät milloin ihmisiä matkakohteessa alkaa olemaan liikaa. Liikamatkailu tuo ongelmia niin paikallisille kuin matkailijoillekin. Ylikansoitus voi pilata matkailijan kokemuksen, koska moneen paikkaan pitää jonottaa ja joihinkin nähtävyyksiin ei välttämättä edes pääse ja hinnat nousevat korkeiksi, mikä voi pilata aidon ja halutun kokemuksen matkakohteesta. Paikallisille ylikansoitus tarkoittaa usein elämänlaadun heikkenemistä, tarpeiden laiminlyöntiä ja mielenosoituksia. (Leahy 7.9.2023.)

Matkailu on yhä enemmän saatavilla jokaiselle ja moni kokee matkailun oikeudekseen, kunhan vapaa-aika ja rahallinen tilanne antavat siihen mahdollisuuden. Matkustamisen ilon tarjoaminen laajemmalle ihmisjoukolle on kuitenkin myös valitettavasti luonut liikamatkailun ilmiön.

Liikamatkailusta on tehnyt isomman ongelman se, että jotkin matkakohteista eivät ole enää vain ylikansoitettuja vaan ne ovat ylikuormittuneita. Tämä vaikuttaa negatiivisesti erityisesti ympäristöön ja matkailun suhtautumiseen kohteissa, joissa ennen matkailijat otettiin positiivisesti vastaan.

Kansainvälisen matkailun ennenäkematöntä kasvua ovat merkittävästi lisänneet teknologia, uudet

liiketoimintamallit ja kehittyvät sosiaaliset tavoitteet, jotka muiden asioiden joukossa edistävät liikamatkailua. (Frenkiel & Honey 2021, 1–2.)

Sosiaalinen media ja jakamistalous ovat muun muassa vaikuttaneet liikamatkailun kasvuun. Jakamistalous tarkoittaa internetin kautta tapahtuvaa ihmisten resurssien jakamista, lainaamista tai lyhytaikaista vuokrausta (Tilastokeskus 7.11.2019). Esimerkiksi matkakohteiden postaaminen sosiaaliseen mediaan ”täydellisenä paikkana” tai ”pakollisena kohteena matkustaa kerran elämänsä aikana” inspiroi isoja joukkoja ihmisiä matkustamaan tiettyihin matkakohteisiin, lisäten näin liikamatkailun vaikutuksia. Todellisuus tästä täydellisyydestä matkakohteelle ja erityisesti paikallisille ihmisille voi olla taas aivan jotain muuta. Nykyään voidaan törmätä sosiaalisessa mediassa myös tällaisiin ”täydellisiin” kuviin tai videoihin matkakohteesta, joita on muokattu tai luotu tekoälyllä. Valitettavasti usein nämä tekoälyllä luodut sosiaalisen median sisällöt antavat vääränlaisen kuvan kohteesta. Kohteeseen matkustettaessa joudutaankin pettymään, kun kohde ei vastaakaan sitä mitä sosiaalisessa mediassa oli nähty. Jakamistaloudesta esimerkkinä on Airbnb suosion suuri kasvu, joka tekee matkakohteesta vielä helpommin saavutettavan matkailijalle. Paikallisille se merkitsee kuitenkin vuokrien kallistumista, joidenkin naapurustojen muuttumista matkailijoiden valloittamiksi ja jopa pakonomaista muuttamista muualle tämän takia. Liikamatkailun vaikutuksia lisää myös matkakohteiden yhä helpompi saavutettavuus muun muassa lentämällä, sekä halpalentoyhtiöiden kasvu, joka mahdollistaa yhä suuremmalle ihmisjoukolle matkustamisen. Tulevaisuutta ajatellen erilaisia toimintoja suunnitellaan ja ehdotuksia toteutetaan, kuten matkailijan vero, jotta liikamatkailun vaikutuksia voitaisiin pitää kurissa. (Frenkiel & Honey 2021, 2–6; Miller 13.6.2024.)

5.3 Liikamatkailu Espanjassa

Liikamatkailun vaikutukset näkyvät Espanjassa nykypäivänä erityisesti paikallisten asenteissa matkailijoita kohtaan, jotka ovat negatiivisempia kuin ennen. Kolmannes espanjalaisista on sitä mieltä, että paikallisilla alueilla on liikaa kansainvälisiä matkailijoita. Moni on myös valmis osoittamaan mieltä liikamatkailun takia ja tukemaan toimia sen torjumiseksi. Muun muassa lyhytaikaiset vuokramajoitukset kuten Airbnb ovat vieneet asuntoja paikallisilta ja nostaneet hintoja niin korkeaksi, että paikallisilla ei ole enää varaa asua joillain alueilla. Esimerkiksi Barcelona aikoo yrittää kieltää lyhytaikaiset lomavuokramajoitukset kokonaan vuoteen 2029 mennessä. Liikamatkailua on pyritty pitämään kurissa muun muassa sääntelemällä tai vähentämällä kävijämääriä, korottamalla matkailu veroja, ottamalla käyttöön sisäänpääsymaksuja ja ajanvarausjärjestelmiä erityisesti suosittuihin paikkoihin. (Henley 13.9.2024.)

Suosituilla Espanjan saarilla Baleaareilla ja Kanariansaarilla halutaan liikamatkailun päättyvän, jotta paikallisilla olisi parempi olla ja elää omalla alueellaan. Malagassa ja Barcelonassa on jopa

tehty väärennettyjä kylttejä suosituille rannoille putoavien kivien tai meduusojen vaarasta, jotta voitaisiin estää matkailijoiden tuloa rannoille. (Do Better Team 1.8.2024.) Monissa suomalaisillekin suosituissa matkakohteissa on osoitettu mieltä, kuten Malagassa, Mallorcalla ja Kanariansaarilla. Mieltä on osoitettu paikallisten toimesta erityisesti asuntojen hintojen nousun ja asuntojen vähäisyyden, rajattomasti kasvavan matkailun, sekä rantojen ja kaupunkien ylikansoituksen vuoksi. (Nissinen 10.7.2024.)

Kanariansaarilla on osoitettu mieltä liikamatkailua vastaan monia kertoja. Mieltä on osoitettu muun muassa matkailijoille suosituissa kohteissa kuten suosituilla rannoilla ja baarialueilla. Mieltä osoitettiin Teneriffalla, Gran Canarialla ja Lanzarotella. Mielenosoituksiin on osallistunut kymmeniä tuhansia ihmisiä. Mielenosoittajat vaativat muun muassa rajoituksia massaturismiin saarilla. Matkailijoiden määrät ovat liikaa saarten kestävyteen ja rajallisiin resursseihin nähden. Noin neljä kymmenestä saaren asukkaasta työskentelee matkailualalla ja matkailun osuus tuloista kohteille on suuri. Kuitenkin moni paikallinen sanoo, etteivät he pääse osallisiksi matkailun tuomaan varallisuuteen. (Oksanen 20.10.2024.)

Liikamatkailu on todellinen ongelma Espanjassa. Sen hillitsemiseksi tehdään kuitenkin töitä, vaikkakin se vie aikaa ja vaatii toimia erilaisilta toimijoilta ja myös matkailijoilta, kuten tietoisuuden lisäämistä ja paikallisten huomioonottamista. Espanja ottaa myös yhä enemmän huomioon kestävän matkailun ja pyrkii edistämään sitä muun muassa kestävän matkailun strategiallaan. Tämä tuo mahdollisesti helpotuksia Espanjan liikamatkailuun, sen lisäksi että kaupungit ja paikalliset pyrkivät itse vaikuttamaan jotenkin tilanteeseen.

5.4 Tietoperustan yhteenveto

Matkailumotiivit, motivaatiotekijät, sekä veto- ja työntövoimatekijät vaikuttavat siihen mitä ihminen haluaa ja tarvitsee matkaltaan, sekä mihin kohteeseen matkustetaan. Espanja on monipuolinen ja yksi suosituimmista matkakohteista maailmassa ja maalle matkailu on tärkeä ala. Espanjassa on monia tekijöitä, jotka vetävät puoleensa, joita ovat muun muassa ilmasto ja sää, rannat ja luonto, sijainti ja saavutettavuus, kulttuuri ja nähtävyydet, sekä ruoka ja juoma. Suomalainen etsii matkaltaan usein lämpöä ja rentoutumista, sekä paikallisuuden ja kulttuurin kokemista. Trendeinä kiinnostavat muun muassa sesonkiajan ulkopuolella matkustaminen ja kestävä matkailu. Espanjan matkailulta haetaan usein aurinkoa ja rantoja tai mielenkiintoista kaupunkikohdetta. Kestävä matkailu liittyy kestäviin käytäntöihin matkailualalla ja matkailualan puolesta. Kestävässä matkailussa otetaan vastuu tämänhetkisistä ja tulevista taloudellisista, sosiaalikeskustelluista ja ympäristöllisistä asioista ja vaikutuksista. Kestävä matkailu edistetään Espanjassa muun muassa kestävän matkailun strategialla. Liikamatkailu on ilmiö, jossa on liikaa ihmisiä samassa paikassa samaan aikaan. Liikamatkailun ilmiötä on lisännyt muun muassa matkailun

saavutettavuus yhä isommalle joukolle ihmisiä, sosiaalinen media ja jakamistalous. Espanjassa liikamatkailu on kasvanut ongelmalliseksi. Suhtautuminen matkailijoihin on negatiivisempaa, mielenosoituksia pidetään, erityisesti suosituissa kohteissa esiintyy ylikansoitusta ja paikalliset kärsivät asumisen ongelmista muun muassa lyhytaikaisuokrauksen vuoksi. Toimia on luotu ilmiön torjumiseksi muun muassa lisäämällä matkailuveroja ja sääntelemällä kävijämääriä. Seuraavassa luvussa kuvaillaan itse tutkimusta ja sen toteutusta.

6 Tutkimuksen kuvaus ja toteutus

Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia syitä siihen miksi Espanja vetää suomalaisia puoleensa, ja mitkä ovat Espanjan vetovoimatekijöitä matkakohteena. Lisäksi oli tarkoitus tutkia liikamatkailun vaikutuksia Espanjassa ja vaikuttaako se suomalaisten matkailuun maassa. Näiden pohjalta tutkimuksen tavoitteena oli vastata tutkimuskysymyksiin ja niitä täydentäviin alakysymyksiin.

Tutkimuskysymykset:

TK 1. Mitkä ovat Espanjan matkailun vetovoimatekijöitä?

TK 2. Miten liikamatkailu vaikuttaa Espanjaan?

Alakysymykset:

AK: 1.1. Mitkä asiat tekevät Espanjasta vetovoimaisen matkakohteen suomalaisille?

AK: 2.1. Vaikuttaako liikamatkailu suomalaisten matkailuun Espanjassa?

Tutkimuksen kohderyhmänä olivat suomalaiset, jotka ovat matkustaneet Espanjaan ja myös he, jotka eivät ole sinne matkustaneet. Suomalaiset valittiin tutkimuksen kohderyhmäksi, sillä heidät oli helppo tavoittaa ja heille Espanja on myös yksi suosituimmista matkakohteista.

6.1 Tutkimusprosessi

Tutkimus aloitettiin ideoimalla, valitsemalla aihe sekä määrittelemällä tutkimusongelma eli tutkimuskysymykset. Sen jälkeen perehdyttiin aikaisempiin tutkimuksiin ja teorian tietoihin, sekä alettiin suunnittelemaan tutkimusta. Suunnitteluvaiheessa tulivat ilmi keskeiset tutkimusprosessin vaiheet. Tutkimussuunnitelma sisälsi tiedon siitä mitä ja miksi tutkitaan, mitä aineistoa käytetään ja miten tiedot hankitaan, miten tiedot käsitellään ja miten tutkimustulokset raportoidaan, sekä millainen on tutkimuksen aikataulu. Aihe piti myös rajata ja tutkimusongelma täsmentää, jotta tutkimuksesta ei tulisi liian laaja. Näiden perusteella alettiin kirjoittamaan tietoperustaa oleellisista asioista. Tämän jälkeen luotiin tiedonkeruumenetelmä, jonka avulla kerättiin tietoa tutkimusta varten. Tulosten ollessa valmiit niitä alettiin käsittelemään ja analysoimaan. Kun käsittely ja analysointi olivat valmiit, tulokset raportoitiin, sekä lopulta niistä tehtiin johtopäätökset. (Heikkilä 2014, 20–24.)

6.2 Tutkimusmenetelmä ja sen valinta

Tutkimuksen onnistuminen edellyttää järkevän kohderyhmän ja oikean tutkimusmenetelmän valintaa. Ensimmäisessä tutkimuksen tavoite ja ongelma ratkaisevat tutkimusmenetelmän. Empiirinen tutkimus koostuu kolmesta elementistä, joita ovat tutkimusongelma, aineisto ja menetelmä.

(Heikkilä 2014, 12.) Tutkimus on myös toteutettava sen jokaisessa vaiheessa tutkimusetiikan eli hyvien tieteellisten käytäntöjen mukaisesti. Sen peruseriaatteita ovat luotettavuus, rehellisyys, arvostus ja vastuunkanto. Näin tutkimus voi olla eettisesti hyväksyttävä ja luotettava, sekä sen tulokset uskottavia. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 22.4.2024.)

Tutkimusmenetelmiä ovat kvantitatiivinen eli määrällinen tai kvalitatiivinen eli laadullinen. Määrällisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosentiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Asiaa kuvaillaan siis numeraalisesti. Tämä edellyttää tarpeeksi suurta ja edustavaa otosta, joka perustuu kohderyhmään, jota tutkitaan. Yleisiä aineistokeruumenetelmiä ovat tutkimuslomakkeet valmiilla vastausvaihtoehdoilla. Tuloksia kuvataan numeerisen tiedon pohjalta ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoilla tai kuvioilla. Useimmiten tarkoituksena on myös selvittää eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa asiassa tapahtuneita muutoksia. Määrällinen tutkimus vastaa kysymyksiin: Mikä?, Missä?, Paljonko? ja Kuinka usein?. (Heikkilä 2014, 15.) Määrällisessä tutkimuksessa voidaan etsiä aineistosta syy-seuraussuhteita. Tämä tarkoittaa, että tutkimusaineistosta löytyy syy, joka selittää seurauksen. Tavoitteena on löytää säännönmukaisuuksia, millä tavalla eri asiat eli muuttujat liittyvät toisiinsa ja selittää millä tavalla eri tutkimusyksiköt, kuten ihmisten mielipiteet eroavat muuttujien suhteen. Säännönmukaisuuksien tarkoitus on selittää ja lisätä asiaa koskevaa ymmärrystä. (Vilka 2021, luku 3.)

Kvalitatiivinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta ja selittämään sen käyttäytymisen ja päätösten syitä. Tässä tutkimusmenetelmässä rajoitetaan yleensä pieneen määrään tapauksia, jotka pyritään analysoimaan tarkasti. Tutkittavat valitaan usein harkiten eikä pyritä tilastollisiin yleistyksiin. Aineistoa kerätään erilaisten haastattelujen avulla, kuten lomakehaastattelu ja keskustelunomainen haastattelu. Kvalitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin: Miksi?, Miten? ja Millainen?. (Heikkilä 2014, 15–16.)

Tutkimusmenetelmäksi valikoitui määrällinen tutkimusmenetelmä, sillä tarkoituksena oli tutkia syy-seuraussuhteita. Tarkoituksena oli saada myös mahdollisimman suuri otos, jotta jonkinlaisia säännönmukaisuuksia pystyttiin löytämään aineistosta. Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä ei siis olisi ollut sopiva, koska se rajautuu usein suppeaan kohteeseen. Tässä tutkimuksessa haluttiin tutkia kohdetta laajemmin, sillä se antaa paremman tuloksen tutkimuksen tavoitteeseen ja ongelmiin nähden.

6.3 Kyselylomake

Kyselylomaketta laatiessa ja suunniteltaessa on tärkeää, että kysymykset pystytään perustelemaan eli miksi niitä kysytään. Ei siis voida kysyä muuten vaan kysymyksiä, jotka

vaikuttavat itselle vaikkapa kivoilta. Tutkimuksen tavoite tulee olla selvillä ennen, kun kyselylomake laaditaan, sillä kysymykset perustuvat siihen mitä on tarkoituksena tutkia. (Vilkkä 2021, luku 4.)

Kyselytutkimus on tehokas tapa tiedon keräämiseen, kun tutkittavia on paljon. Kyselytutkimuksen aineisto kerätään tutkimuslomakkeen avulla. Yksi kyselytutkimuksen muodoista on verkkokysely. Verkkokyselyllä saadaan nopeasti vastauksia. Sen ongelmana voi kuitenkin olla, että siihen jätetään vastaamatta tai vastaaminen jätetään kesken, mikäli kysely on esimerkiksi liian pitkä tai epäselvä. Verkkokyselyissä ongelmalliseksi voi myös osoittautua sen kohdentaminen tutkimuksen kohderyhmälle. Kyselyn onnistuminen riippuu myös hyvin paljon sen teknisestä toteutuksesta. Ratkaistavana on millä tavalla tutkittaville saadaan tieto tutkimuksesta eteenpäin. Lisäksi miten estetään tutkimukseen kuulumattomien ja samojen henkilöiden useampaan kertaan vastaaminen. (Heikkilä 2014, 17–18.)

Hyvät kysymykset ja oikea kohderyhmä ovat tutkimuksen onnistumisen edellytyksiä. Kyselyssä voi olla avoimia kysymyksiä, suljettuja eli vaihtoehtoja antavia kysymyksiä ja sekamuotoisia kysymyksiä. Avoimet kysymykset antavat mahdollisuuden vastaajille vastata vapaamuotoisesti. Suljetuissa eli vaihtoehtoja antavissa kysymyksissä on valmiit vastausvaihtoehdot, joista valitaan. Näitä käytetään, kun vastausvaihtoehdot tiedetään etukäteen tai niitä on rajoitetusti. Sekamuotoisissa kysymyksissä osa vastausvaihtoehdoista on annettu ja osa on avoimia, esimerkiksi ”Muu, mikä?” vaihtoehto. Näitä voidaan käyttää, kun ollaan epävarmoja, tunnetaanko tai keksitäänkö kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot. Ennen kyselyn julkaisua on tärkeää käydä kysymykset läpi ja testata kysely, jotta voidaan huomioida mahdolliset virheet ja parannuksen tarpeet. Kyselyä jakaessa on myös hyvä olla saatekirje, joka motivoi vastaamaan ja josta tulee ilmi tutkimuksen tausta lyhyesti. (Heikkilä 2014, 46–50, 58–59.)

6.4 Kyselylomakkeen laatiminen

Kyselylomake laadittiin Webropol kysely- ja raportointisovelluksen avulla. Kyselystä pyrittiin tekemään mahdollisimman selkeä, sekä helposti ja nopeasti vastattava, jotta se olisi houkutteleva ja keräisi hyvän määrän vastauksia. Kysely toteutettiin anonyyminä. Kysely testattiin ennen julkaisua muutamalla henkilöllä, jotta mahdolliset virheet huomattiin ja parannukset pystyttiin tekemään. Lisäksi varmistettiin vastaamisen selkeys, helppous ja nopeus. Kyselyn ollessa valmis kyselyn linkki jaettiin sosiaalisen median alustoilla. Jaoin sitä omassa Instagramissa ja Facebookissa eri ryhmiin, jotka oli tarkoitettu suomalaisille matkailijoille ja suomalaisille Espanjassa. Näin pyrittiin saavuttamaan oikeanlaista kohderyhmää. Kysely avattiin 22.10 ja suljettiin 29.10. Kysely oli auki kokonaisen viikon, jotta ihmisillä olisi hyvin aikaa vastata siihen ja, jotta kysely keräisi mahdollisimman paljon vastauksia. Kyselyn aineistoa analysoitiin ja käsiteltiin Webropol raportointityökalulla. Aineistoa siirrettiin myös Excelliin, jotta sitä pystyttiin

hahmottelemaan tarkemmin taulukoiden ja kuvioiden avulla. Lisäksi Excelin avulla pystyttiin tekemään selkeämpiä ja visuaalisesti mielekkäämpiä taulukoita ja kuvioita tutkimukseen liitettäväksi.

Kysely koostui 15 kysymyksestä, jotka teemoitettiin taustakysymyksiin, matkailumotiiveihin liittyviin kysymyksiin, kestäväan matkailuun ja liikamatkailuun liittyviin kysymyksiin, sekä tulevaisuuden matkustamiseen Espanjassa. Kysymykset olivat monivalintakysymyksiä ja muutamissa kysymyksissä oli vastausvaihtoehtona ”muu, mikä?”, joihin oli mahdollisuus vastata avoimesti, koska kaikkia vastausvaihtoehtoja ei pystytty tarjoamaan. Osa kysymyksistä oli pakollisia. Kyselyssä oli yhteensä 4 taustakysymystä liittyen sukupuoleen, ikään, onko matkustanut Espanjaan ja kuinka monta kertaa on matkustanut Espanjaan. Ikää ja sukupuolta kysyttiin, jotta voitaisiin tutkia, onko näiden muuttujien välillä eroavaisuuksia vastauksissa. Kysymys ”Oletko matkustanut Espanjaan?” kysyttiin, jotta pystyttiin erottelemaan Espanjaan matkustaneet ja ei matkustaneet. Kysymys ”Kuinka monta kertaa olet matkustanut Espanjaan viimeisen viiden vuoden aikana?” kysyttiin, jotta saatiin tietoa siitä, kuinka yleistä Espanjaan matkustaminen on. Kysymys rajattiin viiteen vuoteen, jotta oli tarkempaa millä aikavälillä matkustaminen on tapahtunut ja saatiin ajankohtaisempaa tietoa matkustamisesta.

Kysymykset liittyen matkailumotiiveihin eroteltiin kahteen osaan. Ne, jotka olivat matkustaneet Espanjaan heille, oli erikseen kysymys, milloin, miksi ja mihin he ovat matkustaneet. Kysymysten alussa oli ”Vastaa tähän, jos olet matkustanut Espanjaan”, jotta oli selkeää kenen pitää vastata mihinkin. Kaikille yhteinen kysymys oli milloin, miksi ja mihin halutaan matkustaa Espanjassa. Erottelu tehtiin sen vuoksi, että saatiin selkeämpää tietoa siitä, miksi Espanjaan matkustetaan ja miksi sinne halutaan matkustaa. Kysymysten erottelu teki myös kysymyksistä selkeämmät vastata ja käsitellä. Tämän jälkeen oli kysymys kestävästä matkailusta, miten se otetaan huomioon. Aluksi selitettiin mitä on kestävä matkailu, jotta ymmärrettiin mitä kysymyksellä tarkoitetaan ja mihin vastataan. Kysymyksen avulla oli tarkoitus johdatella liikamatkailun kysymyksiin ja pyrkiä selvittämään ottavatko suomalaiset huomioon kestävyuden matkustaessaan. Koska haasteena tukittiin liikamatkailua, kysyttiin vaikuttaako liikamatkailu Espanjassa matkustuspäätökseen ja matkustuskokemukseen. Kyselyn lopussa kysyttiin tulevaisuuden matkailusta Espanjaan. Näin saatiin tietoa siitä, pysyykö Espanja suomalaisille vetovoimaisena kohteena myös tulevaisuudessa. Viimeiseen kysymykseen sai avoimesti vastata, mikäli oli jotain muita huomioita tai lisäyksiä. Kyselylomake löytyy liitteestä 1. Seuraavassa luvussa käydään läpi kyselyn tuloksia.

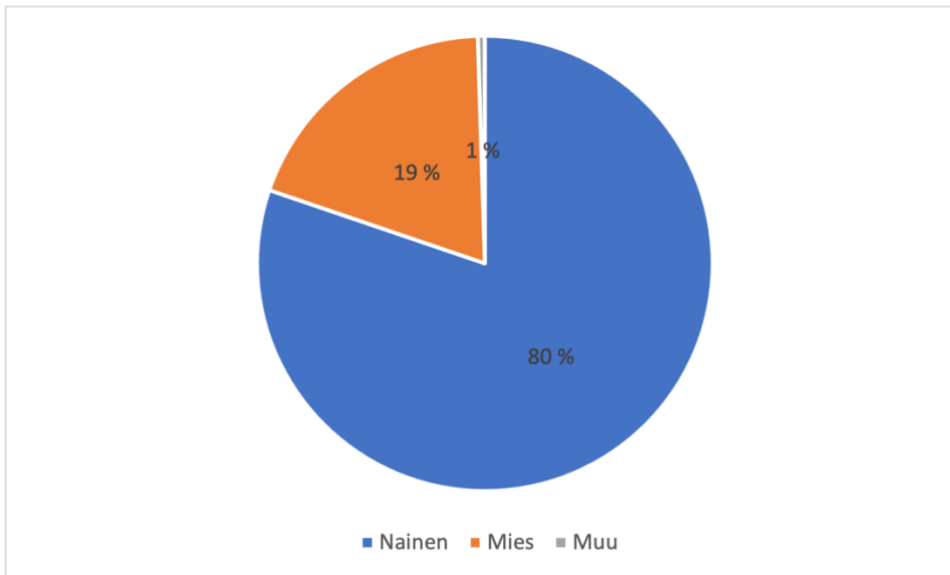
7 Tutkimuksen tulokset

Kyselyn tulokset on jaettu teemoihin perustuen tutkimuskysymyksiin ja – tavoitteisiin, sekä tietoperustaan. Teemoja ovat vastaajien taustatiedot, matkailumotiiveihin liittyen milloin ja mihin Espanjassa matkustetaan ja halutaan matkustaa, Espanjan matkailun vetovoimatekijät, kestävän matkailun huomiointi ja liikamatkailun vaikutukset suomalaisten matkailuun Espanjassa, Espanjaan matkustamisen tulevaisuus, sekä tuloksissa esiin tulleet muut huomiot ja/tai lisäykset.

Kysely keräsi yhteensä 218 vastaajaa viikon aikana. Ryhmissä, joihin kyselyä jaettiin, oli tuhansia tai jopa kymmeniä tuhansia henkilöitä, joten sitä ajatellen vastausprosentti jäi pieneksi. Ryhmiin jaettiin kuitenkin paljon myös muita postauksia, joten oma kysely saattoi jäädä jonnekin niiden uumeniin. Lisäksi ryhmissä on oletettavasti monia, jotka eivät ole niissä aktiivisia tai katso mitä niihin postailaan. Vastausmäärään vaikutti myös julkaisun ajankohta, sillä oli huomattavaa, että viikonlopun aikana tuli enemmän vastauksia kuin arkipäivinä, kun ihmisillä oli enemmän aikaa vastata.

7.1 Vastaajien taustatiedot

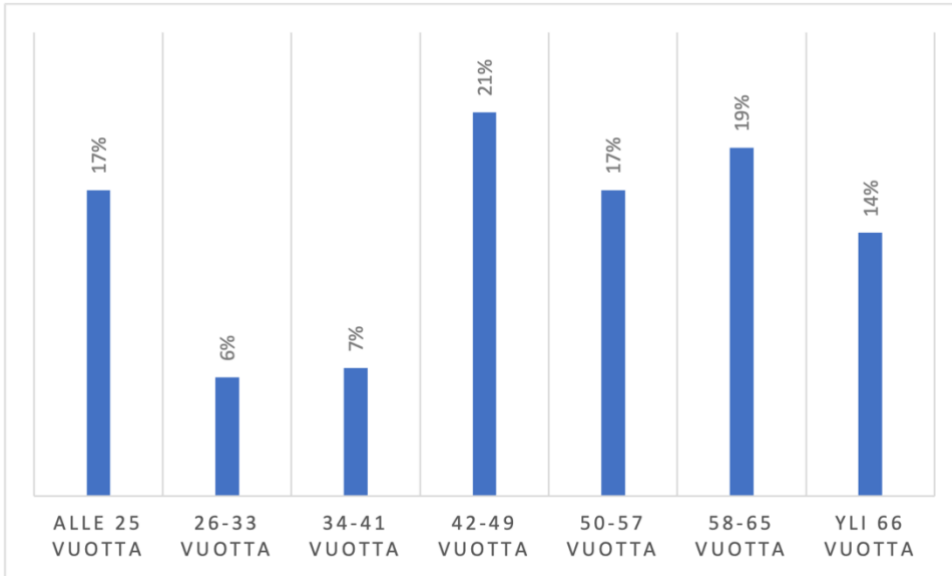
Vastausten tulokset olivat hyvin naispainotteisia, sillä kyselyn vastaajista 80 % oli naisia ja miesten osuus vastaajista oli 19 % eli huomattavasti vähemmän. Kysymykseen oli vastattu myös muu sukupuoli, joka oli 1 % vastaajista. (Kuva 10.)



Kuva 10. Sukupuolijakauma (n=218)

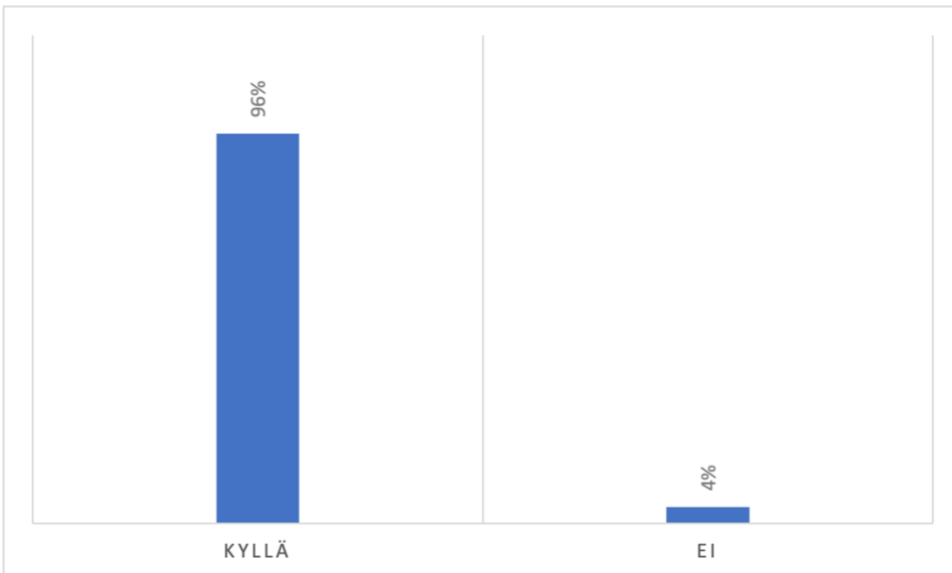
lältään suurin vastaajaryhmä oli 42–49-vuotiaat, heitä oli 21 %. Toiseksi suurin vastaajaryhmä oli 58–65-vuotiaat, joita oli 19 %. Vastaajamäärä jakautui tasan 50–57-vuotiaiden ja alle 25-vuotiaiden

kesken, joita oli molempia 17 %. Yli 66-vuotiaita oli 14 % vastaajista. 34–41-vuotiaita vastaajia oli 7 % ja 26–33-vuotiaita oli 6 % eli nämä ikäryhmät jakoivat pienimmän vastaajamäärän. 42-vuotiaasta ylöspäin olevat muodostivat siis suurimman vastaajamäärän. (Kuva 11.)



Kuva 11. Ikäjakauma (n=218)

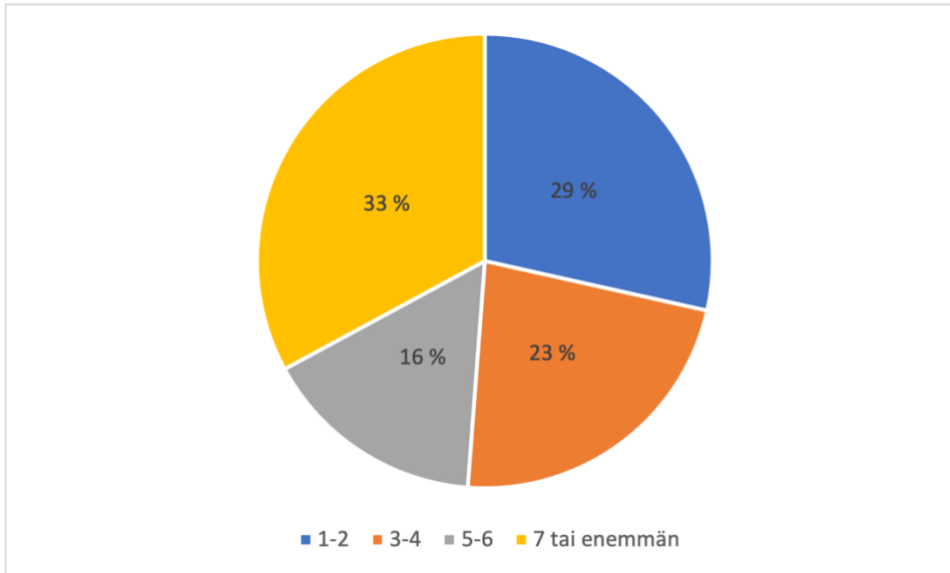
Suurin osa vastanneista 96 % oli matkustanut Espanjaan ja vain pieni osa vastanneista 4 % ei ollut (Kuva 12). Voidaan siis päätellä, että Espanjaan matkustaminen on vastaajille aika yleistä.



Kuva 12. Oletko matkustanut Espanjaan? (n=218)

Vastaajat olivat matkustaneet Espanjaan viimeisen viiden vuoden aikana enimmäkseen joko 7 kertaa tai enemmän tai 1–2 kertaa. 7 kertaa tai enemmän matkustaneita oli 33 % ja 1–2 kertaa

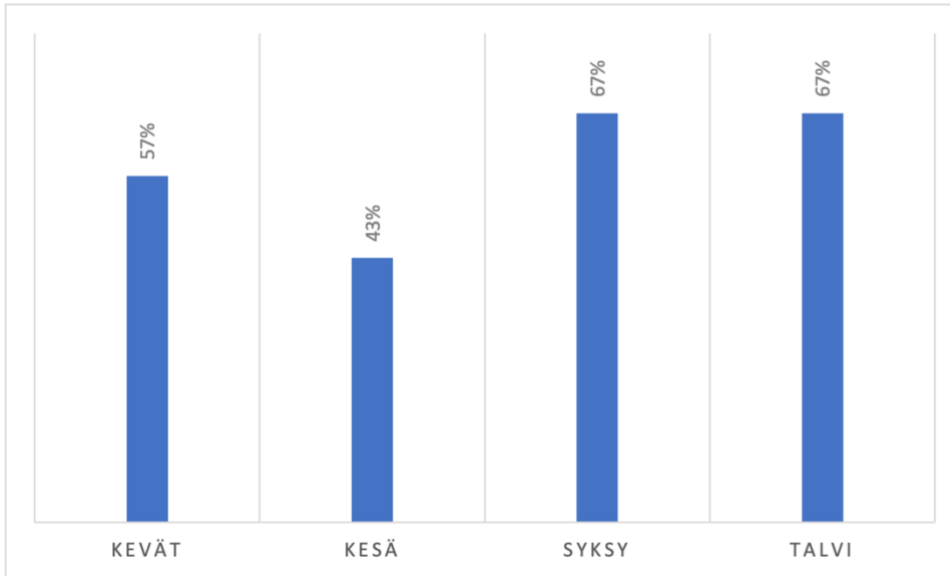
matkustaneita oli 29 %. 3–4 kertaa matkustaneita oli 23 % ja 5–6 kertaa matkustaneita oli 16 %. (Kuva 13.) Tämän pohjalta voidaan päätellä, että vastaajat matkustavat Espanjaan yhä uudelleen ja usein. Kyselyyn vastasi myös Espanjassa asuvia, joiden voidaan olettaa matkustavan Espanjaan useammin. 42-vuotiaasta ylöspäin oli selvästi matkustettu enemmän Espanjaan, kun taas tästä nuoremmista ikäryhmissä oli matkustettu vähemmän.



Kuva 13. Matkustuskerrat (n=207)

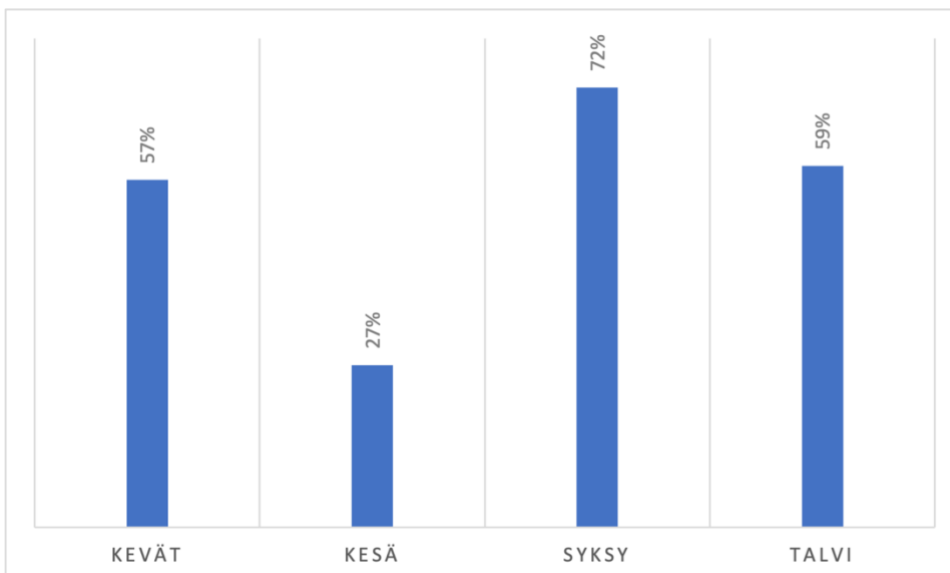
7.2 Milloin Espanjaan matkustetaan ja halutaan matkustaa

Vastaajista 67 % ovat matkustaneet Espanjaan eniten sekä talvella että syksyllä. 57 % vastaajista on matkustanut keväällä. Vähiten eli vastaajista 43 % on matkustanut Espanjaan kesällä. (Kuva 14.) Talven ja syksyn suosio matkustusajankohtana voi johtua, siitä että halutaan paeta Suomen kylmempää säätä, nauttia Espanjasta sesonkiaikojen ulkopuolella ja matkat saa halvemmalla. Syyt on mainittu myös luvussa 4.



Kuva 14. Minä vuodenaikana Espanjaan matkustetaan (n=203)

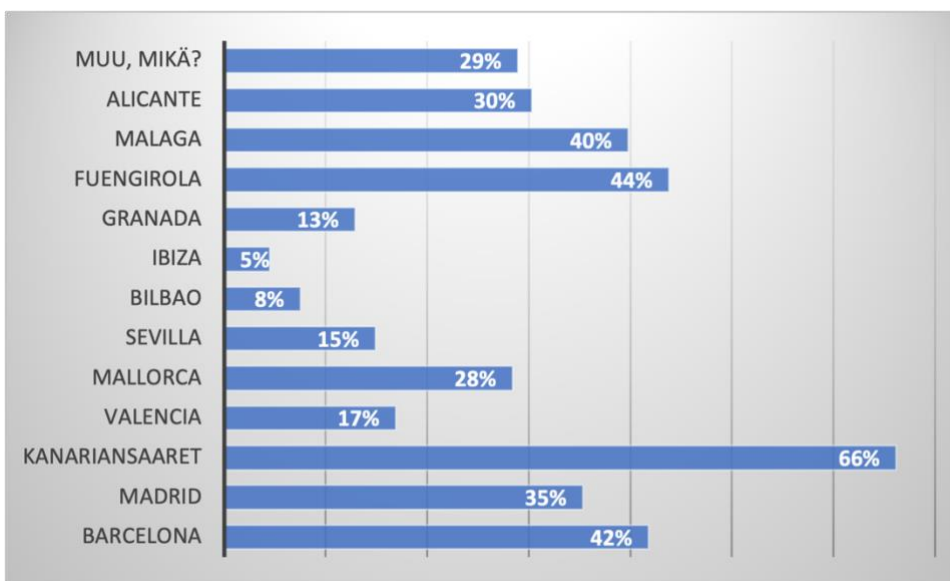
Vastaajista 72 % haluaa matkustaa Espanjaan syksyllä. Yli puolet vastaajista 59 % haluaa matkustaa Espanjaan talvella ja 57 % vastaajista keväällä. Kesäisin matkustushalukkuus oli alhaisin, sillä vastaajista vain 27 % haluaa matkustaa silloin. (Kuva 15.) Matkustushalukkuus erityisesti syksyllä voi johtua siitä, että sesonki on ehtinyt rauhoittua kesän jäljiltä. Lisäksi monessa Espanjan kohteessa on syksyllä suotuisa sää ja hyvä mahdollisuus nauttia lämmöstä, kun Suomessa kylmenee.



Kuva 15. Minä vuodenaikana Espanjaan halutaan matkustaa (n=218)

7.3 Mihin Espanjassa matkustetaan ja halutaan matkustaa

Moni vastaajista on matkustanut Espanjan suosituimpiin kohteisiin. Viisi kohdetta, joihin oli matkustettu eniten, olivat Kanariansaaret (66 %), Barcelona (42 %), Fuengirola (44 %), Malaga (40 %) ja Madrid (35 %). Kaksi muuta huomattavaa kohdetta olivat myös Alicante (30 %) ja Mallorca (28 %). (Kuva 16.) Suosittuihin Espanjan kohteisiin siis selvästi matkustetaan vastaajien joukossa eniten. Tietenkin vastausvaihtoehdot on myös valittu aika lailla Espanjan suosituimpien matkakohteiden mukaan, koska tutkimus rajattiin niihin. Tulokset tukevat myös osittain luvussa 4 mainittuja suosituimpia kohteita suomalaisille, kuten Barcelona, Costa del Sol, jossa Malaga ja Fuengirola sijaitsevat, sekä Kanariansaaret.



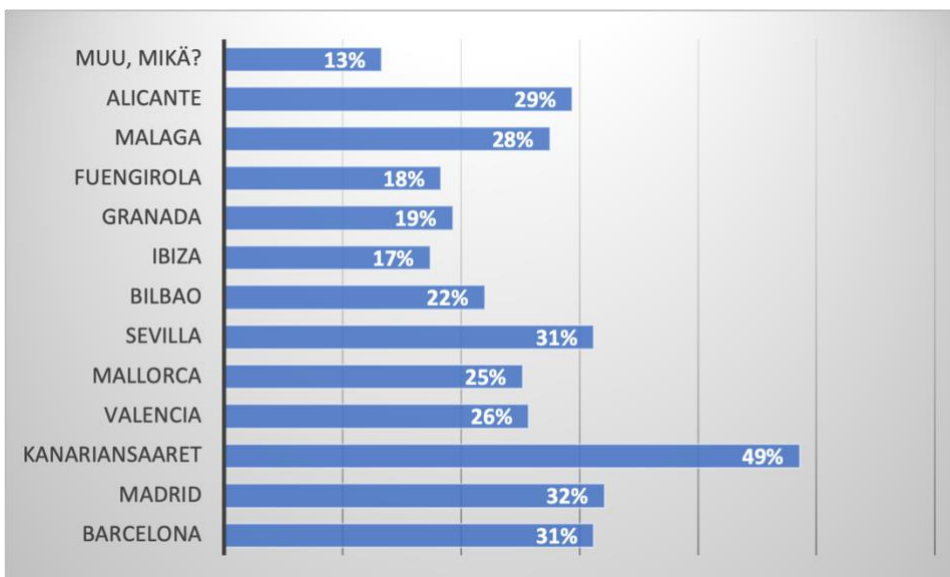
Kuva 16. Minne Espanjassa matkustetaan (n=201)

”Muu, mikä?” vastausvaihtoehdossa oli matkakohteiksi vastattu muun muassa myös Torrevieja, Torremolinos, Nerja, Marbella, Benalmadena, Ronda ja San Sebastian. Erityisesti Etelä-Espanjan kohteiden voidaan päätellä olevan siis vastaajien joukossa suosittuja. (Kuva 17.)

albarracín almanzora almeria asturias autolla baskimaa **benalmadena**
 brava burgos cadiz calpe compostela cordoba costa cudillero
 cuenca cádiz córdoba elche estepona extremaduran frigiliana
 galicia garrucha gijón girona gordoba granada huelva kaikki
 kaupungit kaupunkeja keskiaikaiset kyliin lastres llanes lloret logroño
 lorca **marbella** menorca murcia **nerja** nevada orihuela ourense
 oviedo palamos pamplona pieniin pontevedra prima punta
 ribadesella **ronda** salamanca salou santander santiago santisgo
sebastian segovia sierra tarifa teruel toledo **torremolinos**
 torrevieha **torrevieja** useita xátiva ympäriinsä zaragoza

Kuva 17. Sanapilvi muista Espanjan matkakohteista (n=58)

Kohteet, joihin vastaajat halusivat matkustaa Espanjassa eniten, olivat Kanariansaaret (49 %), Madrid (32 %), Sevilla ja Barcelona molemmat 31 %, Alicante (29 %) ja Malaga (28 %) (Kuva 18). Vertailtaessa kuvaa 16 ja 18 on huomattavaa, että kohteet, joihin oli matkustettu vähiten näkyvät kohteina, joihin halutaan matkustaa eli Valencia, Bilbao, Granada ja Ibiza.



Kuva 18. Minne Espanjassa halutaan matkustaa (n=218)

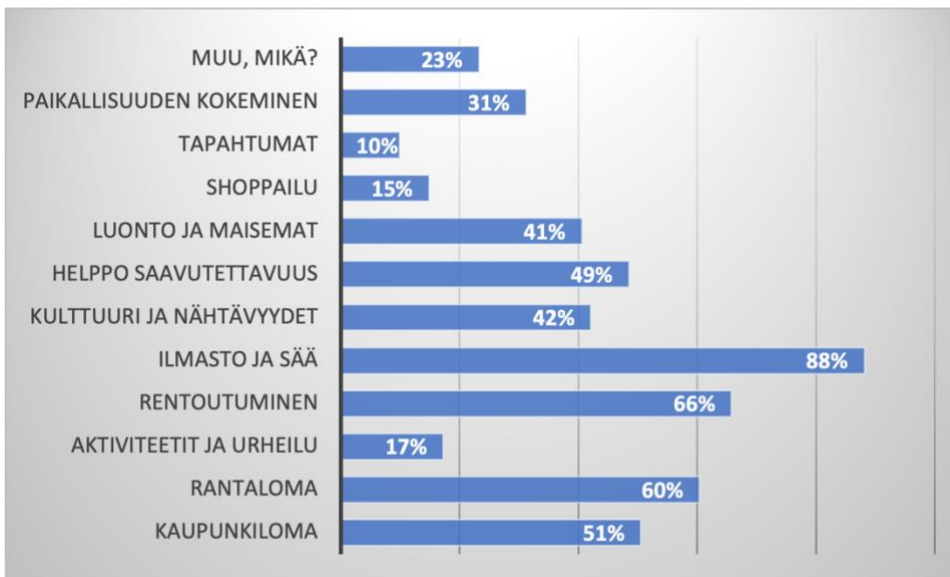
”Muu, mikä?” vastausvaihtoehdossa haluttuja matkakohteita olivat muun muassa Torrevieja, Santiago de Compostela, Zaragoza, San Sebastian, Cadiz ja Galicia. Huomattavaa tässä oli, että vastaajat haluavat matkustaa Pohjois-Espanjaan ja ei niin tunnettuihin tai pienempiin kohteisiin Espanjassa. (Kuva 19.)

almeria andalucia automatkailu baskimaa **cadiz** compostela
 compotella cordoba cádiz estepona extramaduran fortuna **galicia**
 gordoba junailla kaupunkeihin kotiin marbella mihinkään murcia
 orihuela palencia pieniin pohjoinen pohjois pohjois-espanja pontevedra
 prima punta rannikko santander **santiago** sebastian
torrevieja venalmadena zaragoza

Kuva 19. Sanapilvi muista halutuista matkakohteista Espanjassa (n=29)

7.4 Espanjan matkailun vetovoimatekijät

Vastaajista 88 % matkustaa Espanjaan sen ilmaston ja sään takia. Voidaan siis päätellä, että vastaajat haluavat nauttia erityisesti Espanjan lämmöstä ja auringosta. Espanja on suomalaisille suosittu vapaa-ajan lomakohte, joten vastauksissa matkustussyinä tulivat esille tärkeimpinä myös rentoutuminen (66 %), rantaloma (60 %) ja kaupunkiloma (51 %). Nämä olivat huomattavia tekijöitä myös luvussa 4 mainituissa kyselyissä mitä suomalaiset etsivät matkailultaan, kuten lämpö, rentoutuminen, rannat ja mielenkiintoinen kaupunkikohde. Lisäksi vastaajista 49 % vastasi, että on matkustanut Espanjaan koska se on helposti saavutettavissa. Niin kuin luvussa 3.4 mainittiin, Espanjaan pääsee helposti Suomesta ympäri vuoden ja kohteiden tarjonta on melko laaja, eivätkä lentoajat ole myöskään mahdottoman pitkiä. Lisäksi on huomattavaa, että noin 40 % vastaajista matkustaa Espanjaan myös kulttuurin ja nähtävyyksien, sekä luonnon ja maisemien takia. (Kuva 20.)



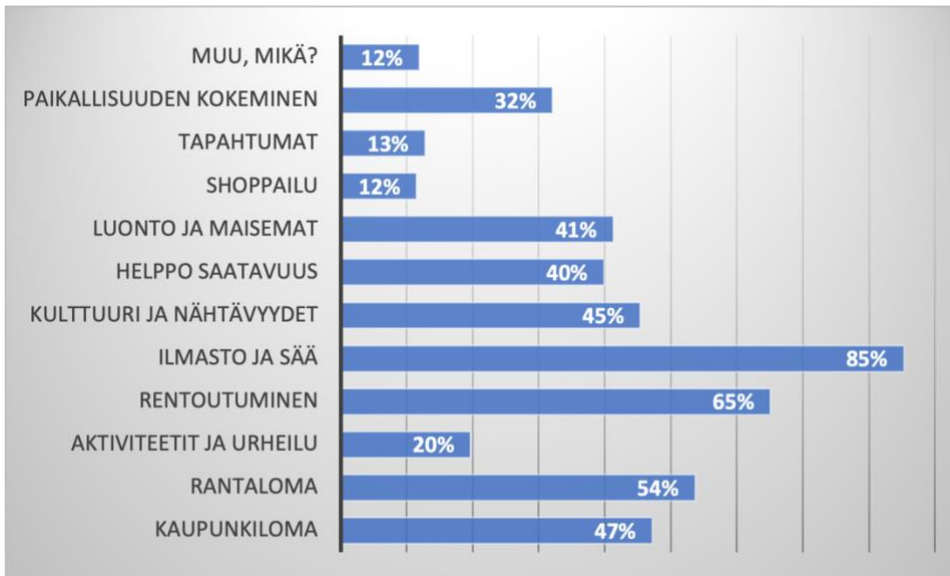
Kuva 20. Miksi Espanjaan matkustetaan (n=202)

”Muu, mikä?” vastausvaihtoehdossa huomattavia syitä matkustaa Espanjaan vastaajien joukossa olivat myös ruoka, sekä asunto tai asuminen Espanjassa. Muutama vastaajista oli myös suorittanut vaihto-opiskelun Espanjassa, sekä käy tapaamassa ystäviä ja sukulaisia. (Kuva 21.)

-vaellukset **asuminen** **asunto** asuvan camino dokaus
 eläkevuosia espanjaan espanjalaisten **espanjan** **espanjassa**
 etäsuhde hankittu hintataso isovanhemman juhliminen kanarialla
 kanarialta **kanssa** kavereiden kesämökki kielen koska käyminen
 lieltä loma-asunto luona lähes länsi-afrikkaan maassa matkustanut
 mauretania mökki naturismi opiskelen opiskelijavaihto **opiskelu**
 paikalliset paikkoja pakolainen patikointi rakentaminen **ruoka**
 santiago siellä sukulaisia **sukulaisten** suomalaisen talvi tanssimunen
tapaaminen tapastelu terveydenhoito traditio tulevia turvallinen
 tuttavien tuttu työmatka täällä ulkomailla uusia **vaihto**
 vaihto-opiskelu varten viini yhteisön yhteys ystävien **ystävät**

Kuva 21. Sanapilvi muista syistä miksi matkustetaan Espanjaan (n=47)

Matkustushalukkuuden syyt olivat aika lailla samat kuin syyt miksi Espanjaan matkustetaan. Vastaajista 85 % vastasi, että haluaa matkustaa Espanjaan ilmaston ja sään takia. Vastaajista 65 % vastasi myös haluavansa matkustaa Espanjaan, jotta voi rentoutua. Matkustushalukkuudessa tuli vastaajilla esille myös halu matkustaa rantalomalle (54 %) tai kaupunkilomalle (47 %). 45 % vastaajista haluaa matkustaa Espanjaan myös kulttuurin ja nähtävyyksien, sekä 41 % prosenttia luonnon ja maisemien vuoksi. Lisäksi helppo saavutettavuus houkuttelee 40 % vastaajista. (Kuva 22.) Yleisinä syinä voidaan päätellä matkustushalukkuuteen vastaajilla olevan viitaten lukuun 4 rantaloma, jossa rentoudutaan, sekä nautitaan auringosta ja lämmöstä tai kaupunkiloma, jossa koetaan muun muassa kulttuuria ja nähtävyyksiä.



Kuva 22. Miksi halutaan matkustaa Espanjaan (n=218)

”Muu, mikä?” vastausvaihtoehdossa kaksi huomattavaa syytä miksi vastaajat halusivat matkustaa, olivat ruoka ja Espanjan kieli, pääasiallisesti sen harjoittelu (Kuva 23).

asuminen eläkevuosia espanjan euroopassa harjoittelu helppo hintataso
ihmiset jalkapallo kielen kieli kohde lento lgbt-kohteet liian
lähellä minkään mökki naturismi opiskelu paikalliset palvelut pitkä
rakentaminen **ruoka** siellä sukulaiset takia terveydenhoito
tulevia täällä varten yhteisön ystävälliset ystävät

Kuva 23. Sanapilvi muista syistä miksi halutaan matkustaa Espanjaan (n=26)

7.5 Kestävän matkailun huomiointi

Kestävästä matkailusta ollaan vastaajien joukossa selvästi tietoisia ja se otetaan myös matkustaessa huomioon. Suurin osa vastaajista 93 % kunnioittaa ympäristöä ja paikallisia, sekä 82 % suosii paikallisia palveluita ja tuotteita. Tärkeäksi osoittautuu myös ympäristön ja ekologisuuden huomiointi sillä yli puolet vastaajista 64 % käyttävät energiaa ja vettä säästäen, sekä lajittelee ja kierrättää. (Kuva 24.) Muita tapoja, joilla vastaajat pyrkivät huomioimaan kestävän matkailun olivat matkustus maata pitkin erityisesti junalla, joukkoliikenteen käyttö, matkustaminen harvemmin ja kohteessa viipyminen pidempään, sekä luontoystävällisten majoitusten suosiminen ja lyhytaikaisvuokrauksen välttäminen.

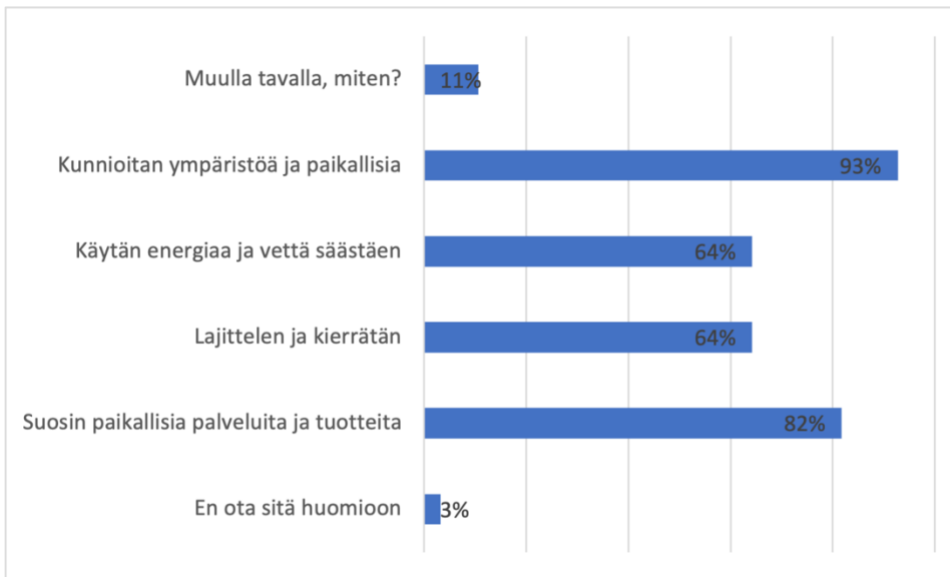
Vastaaja 1: ”Lennän harvemmin. Mieluummin vähän pitkiä matkoja kuin useita lyhyitä.”

Vastaaja 2: ”Pyrin matkustamaan aina kun mahdollista maata pitkin. Esim. Espanjassa helppoa liikkua junalla kaupunkien välillä”

Vastaaja 3: ”Suosin majoituksia jotka ovat luontoystävällisiä.”

Vastaaja 4: ”Käytän taksien sijaan kohteessa joukkoliikennettä mahdollisimman paljon.”

Vastaaja 5: ”Köytän hotelleja, en airbnb:tä.”



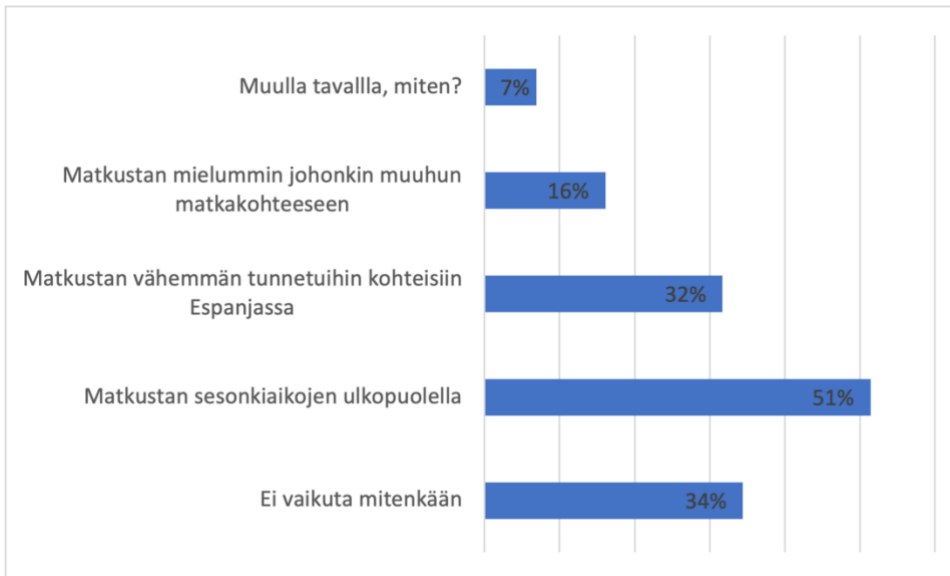
Kuva 24. Miten kestävä matkailu huomioidaan (n=218)

7.6 Liikamatkailun vaikutukset suomalaisten matkailuun Espanjassa

Liikamatkailu Espanjassa vaikuttaa jonkin verran vastaajien matkustuspäätökseen, mutta ei erityisen kielteisesti. Moni vastaajista 53 % matkustaa sesonkiaikojen ulkopuolella. 32 % prosenttia vastaajista matkustaa vähemmän tunnettuihin kohteisiin Espanjassa. 34 % prosenttia vastaajista kokee, että liikamatkailu ei vaikuta mitenkään matkustuspäätökseen. Tämä oletettavasti johtuu siitä, että matkustetaan enemmän sesonkiaikojen ulkopuolella ja ei niin tunnettuihin kohteisiin Espanjassa. 16 % vastaajista matkustavat mieluummin johonkin muuhun matkakohteeseen, joten heidän matkustuspäätökseensä liikamatkailu Espanjassa saattaa vaikuttaa kielteisesti. (Kuva 25.) ”Muulla tavalla, miten?” vastausvaihtoehdossa esille tuli liikamatkailun vaikutuksista eniten muun muassa se, että muutama vastaajista ei matkusta Barcelonaan, jossa liikamatkailun vaikutukset ovat olleet hyvin paljon esillä. Lisäksi muutama vastasi, että välttää turistipaikkoja.

Vastaaja 1: ”Olen jättänyt esim. Barcelonan kokonaan pois kohteista.”

Vastaaja 2: ”Välttelen täysin turistipaikkoja.”



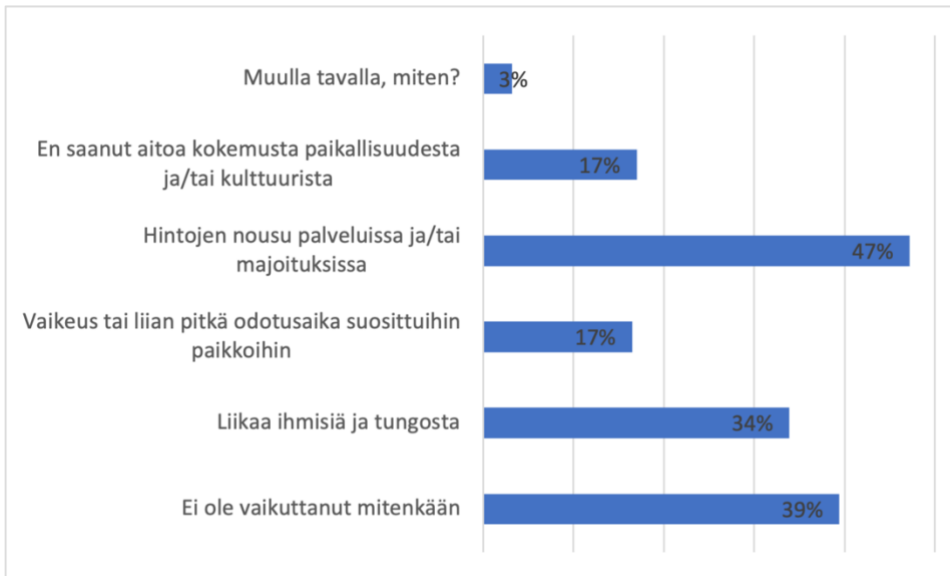
Kuva 25. Liikamatkailun vaikutus matkustuspäätökseen (n=218)

Vastaajista 47 % kokee, että liikamatkailun seurauksena Espanjassa hinnat ovat nousseet palveluissa ja/ tai majoituksissa. 39 % vastaajista ei ole kokenut kuitenkaan, että liikamatkailu vaikuttaisi mitenkään matkustuskokemukseen. Tämän voidaan päätellä johtuvan siitä, että puolet vastaajista matkustavat Espanjaan sesonkiaikojen ulkopuolella. Niin kuin luvussa 5.2 mainittiin, liikamatkailun ilmiönä on usein, että kohteessa on liikaa ihmisiä samaan aikaan samassa paikassa. Vastaajista 34 % kokeekin, että liikamatkailun takia Espanjassa on liikaa ihmisiä ja tungosta. 17 % vastaajista kokee myös, että suosittuihin paikkoihin on vaikea päästä tai niihin on liian pitkä odotusaika. Lisäksi 17 % vastaajista kokee, että ei ole saanut aitoa kokemusta paikallisuudesta ja/tai kulttuurista. (Kuva 26.) Tämä voi johtua siitä, että jotkin paikallisten alueet ja paikat ovat nykyään matkailijoiden peitossa. ”Muulla tavalla, miten?” vastauksessa tuli esille kokemuksia siitä, että paikalliset suhtautuvat negatiivisesti matkailijoihin. Lisäksi joidenkin vastaajien kohdalla kiinnostus maahan on vähentynyt tai maahan ei aiota matkustaa enää.

Vastaaja 1: ”paikallisten negatiivinen suhtautuminen turisteihin”

Vastaaja 2: ”Kiinnostus maahan on vähentynyt”

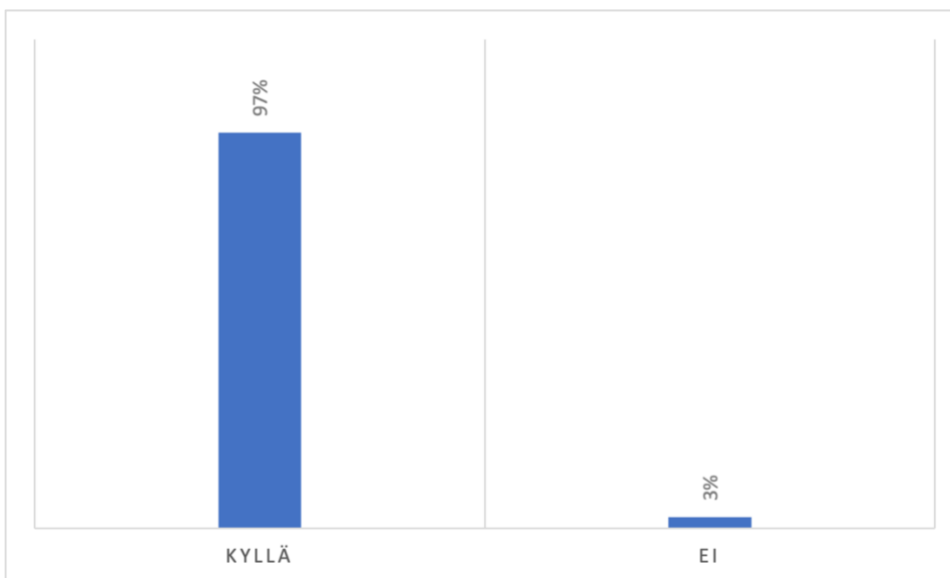
Vastaaja 3: ”En aio enää käydä Espanjassa, enkä suosittele sitä kenellekään.”



Kuva 26. Liikamatkailun vaikutus matkustuskokemukseen (n=218)

7.7 Espanjaan matkustamisen tulevaisuus ja muut huomiot

Suurin osa 97,2 % vastaajista aikoo matkustaa Espanjaan vielä tulevaisuudessa. Vastaajista vain 2,8 % vastasi, että ei aio matkustaa Espanjaan enää tulevaisuudessa. (Kuva 27.) Tästä voidaan päätellä, että Espanja pysyy edelleen vastaajien joukossa suosittuna matkakohteena ja sinne halutaan matkustaa, vaikka liikamatkailun ongelmia olisikin. Niitä pyritään kuitenkin päätelmän mukaan välttelemään matkustamalla esimerkiksi sesonkiaikojen ulkopuolella ja matkustamalla kestävämmän, jotka olivat myös suomalaisten matkailun trendejä luvussa 4.



Kuva 27. Tulevaisuuden matkustus Espanjaan (n=218)

Viimeisessä kysymyksessä oli mahdollista vastata avoimesti, mikäli oli jotakin muita huomioita tai lisäyksiä. Kysymys keräsi 39 vastausta. Suurin osa vastauksista liittyi liikamatkailuun. Esimerkiksi Espanjan kielitaito koettiin positiiviseksi asiaksi ja lyhytaikaiset vuokraukset erityisesti Airbnb huonoksi asiaksi. Poimin joitakin avoimia vastauksia sellaisenaan tähän, jotka olivat huomattavia aiheen kannalta.

Vastaaja 1: ”Koen tärkeäksi osata espanjan kieltä, jotta voin kommunikoida paikallisten kanssa ja osoittaa taidollani kunnioittavani heidän kulttuuriaan ja kieltään. Vieroksun Espanjan suomalaisyhteisöjä, vaikka toisaalta myös ymmärrän, että osa kaipaa ulkomaillakin tuttuja asioita.”

Vastaaja 2: ”Puhun espanjaa, joka saattaa osaltaan vaikuttaa siihen etten ole kokenut esim. vihamielisyyttä turisteja kohtaan henkilökohtaisesti”

Vastaaja 3: ”Upea maa, ystävälliset ihmiset. Matkoilla pitää käyttäytyä hyvin, kunnoittaa paikallista elämää ja ihmisiä. Säästää vettä ja energiaa, samoin kuin olisit kotona. Ei öykkäroidä eikä metelöidä, ystävällisellä ja nöyrällä asenteella pärjää hienosti. Olen myös opetellut kielen (8 vuotta espanjan opiskelua takana) ja käytän aina espanjaa, kun kommunikoin maassa.”

Vastaaja 4: ”En käytä Airbnb:tä, koska sen vuokria nostavalla vaikutuksella on mielestäni suurin (negatiivinen) vaikutus tällä hetkellä paikallisten elämään Espanjassa. Varaan hotellin ja lennot suomalaisen matkatoimiston kautta, mielestäni ne toimivat kestävästi. Pysin myös käyttämään paikallisia palveluja turistikohteiden ulkopuolella ja tuen näin paikallisia ja säästän myös itse rahaa. Kanariansaarilla turistikohteissa on paras sää ja kallein hintataso. Siksi olen joutunut valitsemaan all inclusive hotellin, mikä ei valitettavasti juurikaan tue paikallista väestöä. Vuonna 2024 petyin siihen, että turistikohteissa oli valtavasti turisteja, huomattavasti enemmän kuin edellisellä kerralla vuonna 2019.”

Vastaaja 5: ”Liikamatkailu on ongelma, jonka ratkaisun avaimet ovat paikallisilla poliitikoilla. Miksi ei rakenneta enemmän asuntoja? Miksi isot hotellit saavat rakennuslupia paikallisille tärkeisiin kohteisiin? Miksi yksityistä vuokraamista ei säädellä? Miksi ei säädellä hintoja (esim kaupungin omistamat vuokra-asunnot tai hitas-järjestelmä)? Hyvä esimerkki on Helsinki, joka on onnistunut pitämään asumiskulut pieninä verrattuna muihin pohjoismaisiin pääkaupunkeihin. Tuntuu väärältä syyttää turisteja paikallisen asumisen kalleudesta. Toivon mielenosoitusten saavan poliitikkojen huomion.”

Näiden tuloksien avulla saatiin tietoa siitä mikä Espanjan matkailussa kiinnostaa ja vetää puoleensa, mihin kohteisiin matkustetaan ja halutaan matkustaa. Lisäksi kuinka yleistä maahan matkustaminen ja aiotaanko matkustaa jatkossa, mitkä ajankohdat ovat suosittuja matkustamiselle, miten kestävä matkailu otetaan huomioon, sekä miten liikamatkailu vaikuttaa

matkustuspäätökseen ja -kokemukseen. Seuraavassa luvussa käydään läpi yhteenvetoa ja johtopäätöksiä tuloksista, tutkimuksen validiteettia eli pätevyyttä ja reliabiliteettia eli luotettavuutta, kehitysehdotuksia ja omaa pohdintaa opinnäytetyöhön liittyen.

8 Johtopäätökset ja pohdinta

Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia mitkä ovat Espanjan matkailun vetovoimatekijöitä, mikä suomalaisia vetää puoleensa Espanjassa, miten liikamatkailu vaikuttaa Espanjaan ja miten liikamatkailu Espanjassa vaikuttaa suomalaisten matkustuspäätökseen – ja kokemukseen.

80 % vastaajista oli naisia, joten tuloksia voidaan enimmäkseen yleistää heidän kohdaltansa. Valtaosa vastaajista oli matkustanut Espanjaan ja matkustuskertojen määrä vaihteli 7 tai enemmän ja 1–2 kertaa välillä. Vastaajien ikä painottui selvästi 42-vuotiaasta ylöspäin. Matkustus Espanjaan on suosittua enemmän sesonkiaikojen ulkopuolella, sillä erityisesti syksy ja talvi olivat vastaajien joukossa suosittuja matkailun ajankohtia. Suosituin matkakohde oli Kanariansaaret niin siinä mihin matkustetaan ja halutaan matkustaa Espanjassa. Muita suosituimpia matkakohteita olivat Barcelona, Fuengirola ja Malaga. Kohteisiin, joihin haluttiin matkustaa Kanariansaarten ja Barcelonan lisäksi eniten olivat myös Madrid, Sevilla ja Alicante.

Tärkeimmäksi vetovoimatekijäksi tuloksissa nousi ilmasto ja sää. Voidaan siis päätellä, että halutaan erityisesti nauttia Espanjan lämmöstä ja auringosta, varsinkin kun Suomessa on kylmempää. Kaksi muuta tärkeää vetovoimatekijää olivat rentoutuminen ja rantaloma, joten voidaan olettaa, että moni matkustaa lämpöön rentoutumaan rantaloman merkeissä. Muita huomattavia vetovoimatekijöitä olivat kaupunkiloma, helppo saavutettavuus, kulttuuri ja nähtävyydet, sekä luonto ja maisemat. Toisen suositun matkailumuodon voidaan päätellä olevan kaupunkiloma, johon liittyy enemmän tutkiskelua, sekä kulttuurin ja nähtävyyksien kokemista. Tuloksia voidaan vertailla lukuun 4 ja huomata samankaltaisuuksia siinä mikä vetää suomalaisia Espanjan matkailussa puoleensa. Luvussa 4 mainitussa kyselyssä tutkittiin sitä mitä suomalainen etsii matkaltaan. Yleisiä tekijöitä olivat lämpö, rentoutuminen, paikallisuus ja kulttuuri. Espanjasta etsittiin usein aurinkoa, rantoja tai mielenkiintoista kaupunkikohdetta. Tämän tutkimuksen tuloksissa esiintyvät vetovoimatekijät vastasivat hyvin paljon myös luvussa 3 esitettyjä Espanjan matkailun vetovoimatekijöitä.

Kestävä matkailu oli selvästi monelle vastaajalle tuttu ja huomion arvoinen. Tutkimuksen tuloksissa tärkeimmiksi osoittautuvat ympäristön ja paikallisten kunnioittaminen, sekä paikallisten palveluiden ja tuotteiden suosiminen. Kuten luvussa 5 mainittiin, on kestävän matkailun kannalta tärkeää kunnioittaa ympäristöä, jotta luonto säilyy, sekä kunnioittaa paikallisia ja suosia paikallista, jotta voidaan säilyttää kulttuuriperintöä ja tukea paikallista elinkeinoa. Huomattavia olivat myös energian ja veden käyttäminen säästäen, sekä lajittelu ja kierrättäminen. Avoimissa vastauksissa selvästi erottui, että pyritään suosimaan maata pitkin matkustamista lentämisen sijaan.

Liikamatkailu vaikuttaa Espanjassa, mutta vastaajien matkustuspäätökseen se ei ole vaikuttanut niin huomattavasti. Tämä johtuu osittain siitä, että moni suosii sesonkiaikojen ulkopuolella matkustamista ja/tai pyrkii matkustamaan vähemmän tunnettuihin kohteisiin Espanjassa. Tutkimuksen tuloksissa tämä oli huomattava myös siinä, että syksy ja talvi olivat suosituimpia matkustuksen ajankohtia. Matkustuskokemukseen liikamatkailu oli kuitenkin vaikuttanut jonkin verran erityisesti hintojen nousuna kohteessa ja liiallisina ihmismäärinä, sekä avoimissa vastauksissa selvästi paikallisten negatiivisempaa suhtautumisena matkailijoihin. Niin kuin luvussa 5 mainittiin liikamatkailun ilmiö tarkoittaa usein liikaa ihmisiä samassa paikassa samaan aikaan. Espanjan tapauksessa se tarkoittaa myös mielenosoituksia ja paikallisten negatiivisempaa suhtautumista. Tulevaisuutta ajatellen valtaosa vastaajista aikoo matkustaa Espanjaan jatkossa.

8.1 Kehitysehdotukset

Jatkotutkimusehdotuksia ajatellen voitaisiin tutkimus uusia ja haastatella suomalaisia matkailijoita ja matkailutoimijoita aiheeseen liittyen kattavamman tiedon saamiseksi. Kehitysehdotuksena olisi Espanjan markkinoinnissa matkakohteena suomalaisille, että voisi markkinoida enemmän ei niin suosittuja kohteita Espanjassa, sekä monipuolisemmin muutakin kuin aurinkoa ja rantoja. Espanjan liikamatkailun tilanteessa olisi toimittava aika ripeästi erityisesti valtion taholta, sillä lopulta paikalliset pystyvät suoranaisesti vaikuttamaan tilanteeseen aika vähän. Erityisen tärkeää olisi saada kuriin myös lyhytaikaisvuokraukset, sillä paikallisilla pitää olla myös varaa ja mahdollisuus asua alueellaan. Kestävä matkailu ja vastuullisuus tulee toivottavasti olemaan vielä enemmän keskustelussa ja toimien keskipisteessä varsinkin tällaisten liikamatkailuilmiöiden hillitsemässä.

8.2 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Mittauksen pätevyyttä tai luotettavuutta kuvataan käsitteillä validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetti eli pätevyys tutkimuksessa tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tulee mitata sitä mitä oli tarkoitus selvittää. Reliabiliteetti eli luotettavuudella tarkoitetaan tulosten tarkkuutta. Tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia, joka edellyttää laajaa otosta. Otoksen on hyvä olla vähintään sata vastaajaa, jos tuloksia tarkastellaan kokonaistasolla. (Heikkilä 2014, 27–28, 43, 176.) Pätevässä tutkimuksessa ei saisi olla systemaattisia virheitä. Tähän vaikuttaa se, miten tutkittavat ovat ymmärtäneet mittarin eli kyselylomakkeen kysymykset. Tulokset vääristyvät, jos vastaaja ei esimerkiksi ajattelekaan samalla tavalla kuin tutkija on olettanut. Tähän voidaan vaikuttaa määrittelemällä asiat tarkkaan, suunnittelemalla huolellisesti ja varmistamalla, että kysymykset kattavat tutkimusongelman. Luotettavuutta tutkimuksen aikana voi heikentää monia asia. Virheiden vaikutus ei kuitenkaan välttämättä ole tutkimuksen kannalta kauhean suuri ja tärkeintä on ottaa kantaa mahdollisiin virheisiin tutkimuksessa. (Vilkkä 2021, luku 7.)

Tutkimuksen pätevyyttä vahvistaa muun muassa se, että kyselylomake suunniteltiin ja toteutettiin huolellisesti, sekä testattiin. Kyselylomakkeen kysymykset liittyivät tutkimusongelmiin ja antoivat niihin vastaukset. Vastaajille kysymykset pyrittiin myös muotoilemaan hyvin yksinkertaisiksi ja selkeiksi, jotta ne voitiin ymmärtää ja saatiin vastaukset siihen mitä kysyttiin. Tuloksien perusteella tässä pääosin onnistuttiin. Kyselylomake saatiin kohdistettua myös tarkoitetulle kohderyhmälle. Tutkimuksen luotettavuutta vahvistaa, se että kyselyyn saatiin hyvä määrä vastauksia yhteensä 218. Joitakin yleistä tai säännönmukaisuuksia voitiin siis tuloksista tehdä. Kysymyksiin mihin Espanjan kohteisiin matkustetaan ja halutaan matkustaa vastauksissa tiettyjen kohteiden suosioon, saattoi vaikuttaa jonkin verran se, että kyselyä julkaistiin ryhmissä, jotka oli tarkoitettu suomalaisille tietyissä Espanjan kohteissa, kuten Kanariansaarten ystävät ja Aurinkorannikon suomalaiset. Tutkimus on kuitenkin kokonaisuudeltaan melko pätevä ja luotettava, sillä siinä mitattiin mitä oli tarkoituskin, aineistosta pystyttiin tekemään yleistä ja oikea kohderyhmä tavoitettiin. Vastaukset kuitenkin edustavat vaan murto-osan siitä paljonko vastauksia olisi voinut saada. Tulokset analysoitiin objektiivisesti eli puolueettomasti. Tuloksiin eivät vaikuttaneet omat mielipiteet tai ajatukset, vaikka Espanja on itselle kiinnostava kohde ja joissain asioissa oltiin mahdollisesti eri mieltä tai ajateltiin toisella tavalla. Tulokset on siis raportoitu niin miten vastaajat ovat ne esittäneet ja pyrittiin poimimaan tärkeimmät asiat muun muassa prosenttimäärien ja vastausten määrien perusteella.

8.3 Oma pohdinta

Aloitin opinnäytetyö prosessin syyskuussa 2024 ja opinnäytetyön tuli olla valmis marraskuussa 2024. Opinnäytetyön aikataulu oli siis melko tiukka, joka tuotti hieman stressiä, mutta samalla se myös toimi itselle motivoivana tekijänä kirjoittaa opinnäytetyötä jatkuvasti. Aiheen valinta oli itselle hieman vaikea, sekä se miten rajaan aiheen ja mitä tarkalleen tutkin. Tutkimuksen tulosten vaiheessa huomasikin, että esimerkiksi kohderyhmää olisi voinut rajata lisää tai muotoilla paremmin joitakin kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja, parempien tuloksien saamiseksi. Tulosten analysointi oli itselle myös hieman haastavaa, sillä kysymykset olisi voinut joko rajata vain siihen miksi Espanjaan matkustetaan tai siihen miksi sinne halutaan matkustaa. Jos olisi ollut enemmän aikaa olisi voinut ehkä kyselyn jopa toteuttaa vielä uudelleen. Tosiaan aina voi tehdä paremmin ja tämä oli yksi oppimisprosessi. Lähteiden löytäminen oli myös aluksi vaikeaa, joka lykkäsi tietoperustan kirjoittamisen aloittamista. Sopivien lähteiden löytyessä lähti onneksi kirjoittaminen ihan hyvään vauhtiin ja aihe alkoi tuntumaan myös itselle oikealta ja kiinnostavalta. Opinnäytetyön prosessi opetti itselle ajanhallintaa, kärsivällisyyttä ja sitoutumista kirjoittamiseen. Tärkeimpänä koen, että opin miten tehdään tutkimusta tai ylipäätään opinnäytetyötä. Kokonaisuudessaan koko prosessi oli välillä vaikea mutta antoisa.

Lähteet

- Aurinkomatkat s.a. Costa del Sol. Luettavissa: <https://www.aurinkomatkat.fi/espanja/costa-del-sol>.
Luettu: 16.10.2024.
- Dagmar s.a. Trendit. Luettavissa: <https://www.dagmar.fi/aihe/trendit/>. Luettu: 18.10.2024.
- Do Better Team 1.8.2024. Tourism in Spain: Can the present model continue?. Esade.
Luettavissa: <https://dobetter.esade.edu/en/tourism-spain-model>. Luettu: 20.10.2024.
- Edelheim, J & Ilola, H. 2017. Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Lapland University Press.
Luettavissa: https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63093/Matkailututkimuk-%20sen_avainkasitteet_pdfA.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Luettu: 20.10.2024.
- Euroopan lentokentät. 15.9.2019. Espanjan itsehallintoalueet matkakohteina. Luettavissa:
<https://www.euroopanlentokentat.fi/alueet/espanjan-itsehallintoalueet-matkakohteina/>. Luettu
8.10.2024.
- Euroopan unioni s.a. Espanja. Luettavissa: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/spain_fi. Luettu: 8.10.2024.
- Finnair 12.1.2024. Nämä 5 matkailutrendiä kiinnostavat nyt. Luettavissa: <https://www.finnair.com/fi-fi/bluewings/kohteet/nama-5-matkailutrendia-kiinnostavat-nyt-3245210>. Luettu: 18.10.2024.
- Frenkiel, K. & Honey, M. 2021. Overtourism: Lessons for a Better Future. Island Press.
Luettavissa:
https://books.google.fi/books?id=n14IEAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&pg=PP1&dq=overtourism&hl=fi&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true. Luettu: 20.10.2024.
- Spain.info s.a. Spain. Luettavissa: <https://www.spain.info/en/>. Luettu: 15.10.2024.
- Spain.info s.a. Caminito del Rey Trail. Luettavissa: <https://www.spain.info/en/hiking-trails/caminito-del-rey-hiking-in-spain/>. Luettu: 16.10.2024.
- Espanja.com. 17.6.2023. Caminito del Rey on kesto suosikki päiväretkikohteena. Luettavissa:
<https://espanja.com/elaminen-ja-lomailu/caminito-del-rey-on-kesto-suosikki-paivaretkikohteena/>.
Luettu: 15.10.2024.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. 2017. Tourism: Principles and practice. Pearson UK.
Luettavissa:

<https://books.google.fi/books?id=H55BDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=fi#v=onepage&q&f=false>. Luettu: 11.10.2024.

Global Sustainable Tourism Council s.a. What is Sustainable Tourism?. Luettavissa: <https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/>. Luettu: 18.10.2024.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. painos. Edita Oppiminen Oy. E-kirja. Luettu: 29.10.2024.

Henley, J. 13.9.2024. Third of people in Spain say local area has too many foreign tourists. The Guardian. Luettavissa: <https://www.theguardian.com/news/2024/sep/13/third-spanish-people-local-area-too-many-foreign-tourists-survey>. Luettu: 20.10.2024.

Hietala, M. 28.9.2023. Joko tiesit, ettei Espanja ole pelkkää aurinkoa? Tällainen on tutun matkailumaan ilmasto. Rantapallo. Luettavissa: <https://www.rantapallo.fi/rantalomat/joko-tiesit-ettei-espanja-ole-pelkkaa-aurinkoa-tallainen-on-tutun-matkailumaan-ilmasto/>. Luettu: 16.10.2024.

Hietala, M. 6.3.2024. Ensikertalaisen Espanja – Kaikki mitä haluat tietää ennen ensimmäistä matkaa. Rantapallo. Luettavissa: <https://www.rantapallo.fi/rantalomat/ensikertalaisen-espanja-kaikki-mita-sinun-on-tiedettava-ennen-ensimmaista-matkaa/>. Luettu: 16.10.2024.

Hietala, M & Khanji, I. 29.9.2024. Espanjalaisen ruoan ABC – lue tästä, millaisia herkkuja löydät lomalla. Luettavissa: <https://www.rantapallo.fi/ruoka-juomat-viinit/espanjalaisen-ruoan-abc-poimi-lautaselle-valimeren-parhaat-herkut/>. Luettu: 16.10.2024.

Holloway, C. & Humphreys, C. 2019. The Business of Tourism. SAGE. Luettavissa: https://books.google.fi/books?id=q_C9DwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&dq=the+business+of+tourism&hl=fi&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Luettu: 14.10.2024.

Horner, S. & Swarbrooke, J. 2007. Consumer behaviour in tourism. Routledge. Luettavissa: https://books.google.fi/books?id=Bhp_rUTv3_AC&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&dq=horner+and+swarbrooke&hl=fi&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true. Luettu: 15.10.2024.

Instituto Nacional de Estadística 2024. Tourist movements at borders. Luettavissa: <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/en/FRONTUR0824.htm>. Luettu: 8.10.2024.

Isojärvi, T. & Rajala, L. 1.6.2024. Motivaatio ja matkailu. Matkailevat tutkijat. Luettavissa: <https://matkailevattutkijat.wordpress.com/2017/06/01/motivaatio-ja-matkailu/>. Luettu: 9.10.2024.

Kalin, O. 27.9.2024. "American dream" vai jotain muuta. Helsingin Sanomat. Luettavissa: <https://www.hs.fi/suomi/art-2000010678885.html>. Luettu 17.10.2024.

Lasarte, M. P. 2012. The evolution of the image of Spain as a tourist destination. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 3, 215-233. Luettavissa:

https://www.researchgate.net/publication/259037652_The_evolution_of_Spain_as_a_tourist_destin. Luettu: 30.10.2024.

Leahy, K. 7.9.2023. What is the problems with overtourism?. *National Geographic*. Luettavissa:

<https://www.nationalgeographic.com/travel/article/what-is-overtourism>. Luettu: 20.10.2024.

Makos, J. 26.6.2024. Pestle Analysis of the Tourism Industry 2024. *Pestle Analysis*. Luettavissa:

<https://pestleanalysis.com/pestle-analysis-of-tourism/>. Luettu: 15.10.2024.

McLeod, S. 24.1.2024. Maslow's Hierarchy of Needs. *SimplyPsychology*. Luettavissa:

<https://www.simplypsychology.org/maslow.html>. Luettu: 9.10.2024.

Miller, A. 13.6.2024. Community Voices: AI-Generated Images Are Distorting Travel Expectations. Here's What We Can Do as Travel Professionals. *TravelAge West*. Luettavissa:

<https://www.travelagewest.com/Industry-Insight/Opinion/ai-images-in-travel>. Luettu: 11.11.2024.

Ministerio de Industria y Turismo s.a. Sustainable tourism strategy of Spain 2030. Luettavissa:

<https://turismo.gob.es/en-us/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>. Luettu: 20.10.2024.

Nissinen, E. 10.7.2024. Näissä suomalaisten suosikkikohteissa ollaan niin väsyneitä turisteihin,

että paikalliset osoittavat jo mieltään. *Yle*. Luettavissa: <https://yle.fi/a/74-20098961>. Luettu: 20.10.2024.

Pizam, A. & Wang, Y. 2011. Destination marketing and management: Theories and applications.

Cabi. Luettavissa: [https://www.researchgate.net/profile/Ana-Ispas-2/post/Any-ideas-regarding-the-brand-of-the-country-in-the-world-tourism-](https://www.researchgate.net/profile/Ana-Ispas-2/post/Any-ideas-regarding-the-brand-of-the-country-in-the-world-tourism-market/attachment/59d6201979197b807797e93c/AS%3A288753156411393%401445855526504/download/Destination+Marketing+and+Management++Theories)

[market/attachment/59d6201979197b807797e93c/AS%3A288753156411393%401445855526504/download/Destination+Marketing+and+Management++Theories](https://www.researchgate.net/profile/Ana-Ispas-2/post/Any-ideas-regarding-the-brand-of-the-country-in-the-world-tourism-market/attachment/59d6201979197b807797e93c/AS%3A288753156411393%401445855526504/download/Destination+Marketing+and+Management++Theories). Luettu: 10.10.2024.

Rantapallo. 10.9.2024. Oletko samaa mieltä? Tuhannet suomalaiset vastasivat: Nämä Espanjan

kohteet kiinnostavat eniten. Luettavissa: <https://www.rantapallo.fi/matkailu/nama-espanjan-kohteet-kiinnostavat-suomalaisia-eniten/>. Luettu: 16.10.2024.

Richardson, J. & Viguera, M. 13.10.2024. Spain. *Britannica*. Luettavissa:

<https://www.britannica.com/place/Spain/Castilian>. Luettu: 15.10.2024.

Rodriquez, E. 8.11.2023. Motiivit ja motivaatio: mitä eroa niillä on?. *MielenIhmeet*. Luettavissa:

<https://mielenihmeet.fi/motiivit-ja-motivaatio-mita-eroa-niilla-on/>. Luettu: 22.10.2024.

Spain Convention Bureau s.a. Spain, a global tourist power. Luettavissa: <https://scb.es/en/why-spain/spain-a-global-tourist-power/>. Luettu: 8.10.2024.

Suomen matkailualan liitto ry 11.1.2024. Lentäen tehtyjen matkapakettien määrä edelleen vahvalla kasvu-uralla vuonna 2023 – Kreikka selkeästi suosituin kohde. Luettavissa: <https://www.smal.fi/loader.aspx?id=cc7bf5f3-a4ce-4bd7-8b0f-d29c1630f581>. Luettu 18.10.2024.

Tilastokeskus 2024. Ulkomaanmatkat kohdemaittain vuonna 2024. Luettavissa: https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_smat/statfin_smat_pxt_13gp.px/table/tableViTableVie1/. Luettu: 16.10.2024.

Tilastokeskus 7.11.2019. 4. Jakamistalous. Luettavissa: https://stat.fi/til/sutivi/2019/sutivi_2019_2019-11-07_kat_004_fi.html. Luettu: 4.11.2024.

Tourism Teacher. 11.2.2023. Maslow's Hierarchy of Needs: Made SIMPLE and FUN. Luettavissa: <https://tourismteacher.com/maslows-hierarchy-of-needs/#16-maslows-hierarchy-of-needs-example-travel-and-tourism>. Luettu: 23.10.2024.

Travel & Climate s.a. Travel motives. Luettavissa: <https://travelandclimate.org/tourism-sustainability/travel-motives>. Luettu: 9.10.2024.

Turespana s.a. Sustainable tourism in Spain. Lionbridge. Luettavissa: <https://www.spain.info/export/sites/segtur/.content/Folletos/folletos/turismo-sostenible-EN.pdf>. Luettu: 20.10.2024.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 22.4.2024. Hyvä tieteellinen käytäntö. Luettavissa: <https://tenk.fi/fi/hyva-tieteellinen-kaytanta-htk>. Luettu: 1.11.2024.

UN Tourism s.a. Glossary of tourism terms. Luettavissa: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. Luettu: 8.10.2024.

UN Tourism s.a. Sustainable development. Luettavissa: <https://www.unwto.org/sustainable-development>. Luettu: 20.10.2024.

Venejärvi, A. 3.8.2024. Matkaopas: Espanja. Rantapallo. Luettavissa: <https://www.rantapallo.fi/espanja/>. Luettu: 16.10.2024.

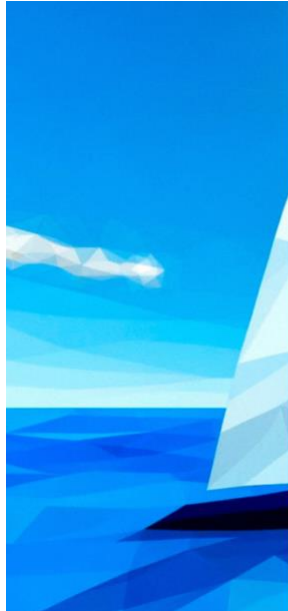
Vilkka, H. 2021. Tutki ja Kehitä. 5. painos. Santalahti-kustannus. E-kirja. Luettu: 26.10.2024.

Visa. 29.9.2024. Uusi tutkimus avaa suomalaisten matkailutrendejä. Luettavissa: https://www.visa.fi/fi_FI/visa-everywhere/blog/bdp/2023/09/28/uusi-tutkimus-avaa-1695918371131.html. Luettu: 18.10.2024.

Visit Finland s.a. Kestävän matkailun periaatteet. Luettavissa: <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/kestavan-matkailun-periaatteet>. Luettu: 30.10.2024.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake



1. Sukupuolesi? *

- Nainen
- Mies
- Muu

2. Minkä ikäinen olet? *

- Alle 25 vuotta
- 26-33 vuotta
- 34-41 vuotta
- 42-49 vuotta
- 50-57 vuotta
- 58-65 vuotta
- Yli 66 vuotta

3. Oletko matkustanut Espanjaan? *

- Kyllä
- Ei



4. Vastaa tähän, jos olet matkustanut Espanjaan.

Kuinka monta kertaa olet matkustanut Espanjan viimeisen viiden vuoden aikana?

- 1-2
- 3-4
- 5-6
- 7 tai enemmän

5. Vastaa tähän, jos olet matkustanut Espanjaan.

Minä vuodenaikana olet matkustanut Espanjaan? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

- Kevät
- Kesä
- Syksy
- Talvi

6. Minä vuodenaikana haluat matkustaa Espanjaan? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

- Kevät
- Kesä
- Syksy
- Talvi

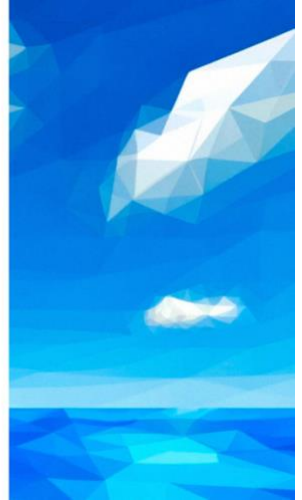




7. Vastaa tähän, jos olet matkustanut Espanjaan.

Mihin olet matkustanut Espanjassa? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

- Barcelona
- Madrid
- Kanariansaaret
- Valencia
- Mallorca
- Sevilla
- Bilbao
- Ibiza
- Granada
- Fuengirola
- Malaga
- Alicante
- Muu, mikä?



8. Mihin haluat matkustaa Espanjassa? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

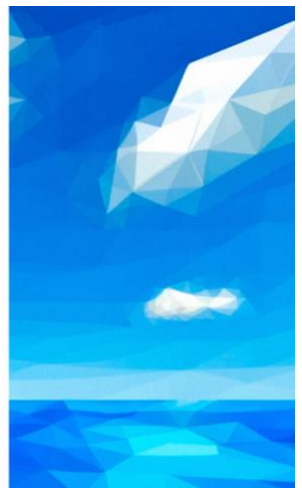
- Barcelona
- Madrid
- Kanariansaaret
- Valencia
- Mallorca
- Sevilla
- Bilbao
- Ibiza
- Granada
- Fuengirola
- Malaga
- Alicante
- Muu, mikä?



9. Vastaa tähän, jos olet matkustanut Espanjaan.

Miksi olet matkustanut Espanjaan? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

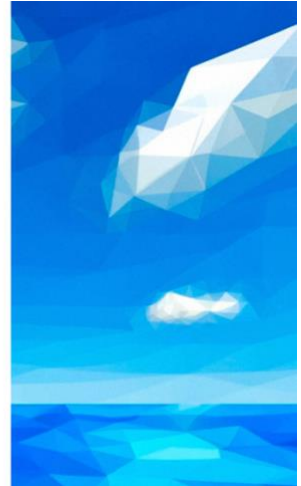
- Kaupunkiloma
- Rantaloma
- Aktiviteetit ja urheilu
- Rentoutuminen
- Ilmasto ja sää
- Kulttuuri ja nähtävyydet
- Helppo saavutettavuus
- Luonto ja maisemat
- Shoppailu
- Tapahtumat
- Paikallisuuden kokeminen
- Muu, mikä?





10. Miksi haluat matkustaa Espanjaan? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

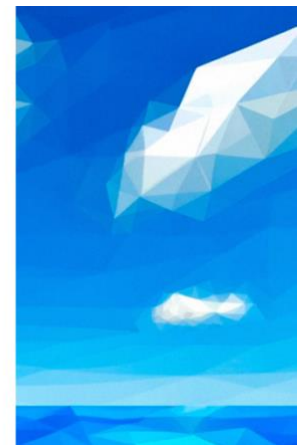
- Kaupunkiloma
- Rantaloma
- Aktiviteetit ja urheilu
- Rentoutuminen
- Ilmasto ja sää
- Kulttuuri ja nähtävyydet
- Helppo saatavuus
- Luonto ja maisemat
- Shoppailu
- Tapahtumat
- Paikallisuuden kokeminen
- Muu, mikä?



11. Kestävä matkailu on yhä tärkeämpää nykypäivänä. Kestävä matkailu tarkoittaa matkailua, joka ottaa huomioon ympäristön, paikalliset yhteisöt, kulttuurin ja talouden niin, että se tukee ja edistää kaikkien näiden hyvinvointia.

Miten otat kestävyiden huomioon matkustaessasi? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

- En ota sitä huomioon
- Suosin paikallisia palveluita ja tuotteita
- Lajittelen ja kierrätän
- Käytän energiaa ja vettä säästäen
- Kunniotan ympäristöä ja paikallisia
- Muulla tavalla, miten?



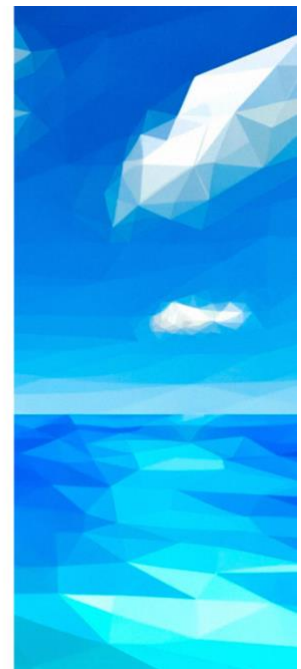
12. Liikamatkailu on merkittävä ongelma Espanjassa. Liikamatkailu tarkoittaa sitä, että matkakohteessa on liikaa ihmisiä samassa paikassa samaan aikaan, joka aiheuttaa haittaa ympäristölle, paikallisille ja matkailijoille.

Miten liikamatkailu Espanjassa vaikuttaa matkustuspäätökseesi? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

- Ei vaikuta mitenkään
- Matkustan sesonkiaikojen ulkopuolella
- Matkustan vähemmän tunnetuihin kohteisiin Espanjassa
- Matkustan mielummin johonkin muuhun matkakohteeseen
- Muulla tavalla, miten?

13. Miten liikamatkailu Espanjassa on vaikuttanut matkailukokemukseesi? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

- Ei ole vaikuttanut mitenkään
- Liikaa ihmisiä ja tungosta
- Vaikeus tai liian pitkä odotusaika suosittuihin paikkoihin
- Hintojen nousu palveluissa ja/tai majoituksissa
- En saanut aitoa kokemusta paikallisuudesta ja/tai kulttuurista
- Muulla tavalla, miten?





14. Aiotko tulevaisuudessa matkustaa Espanjaan? *

- Kyllä
 Ei

15. Muita huomioita tai lisäyksiä?

